



Modulhandbuch

für den Masterstudiengang
Sportmanagement
PO 2020

Stand: 10.02.2024

Inhaltsverzeichnis

Studienverlaufsplan Sportmanagement, M.A.	1
Modul B 01-a Volkswirtschaftslehre	2
Modul B 01-b Statistik.....	5
Modul B 02 Organisationsentwicklung/Personalwirtschaft.....	8
Modul B 03-a Wirtschafts- und Arbeitsrecht I	11
Teilstudienplan Wirtschafts- und Arbeitsrecht II	13
Modul 03-b.01 Gesellschaftsrecht.....	15
Modul 03-b.02 Arbeitsrecht	18
Modul 03-b.03 Unternehmen in Krise und Insolvenz.....	21
Modul B 04 Unternehmensführung / Internationales Management	24
Modul B 05-a Marketing I	27
Modul B 05-b Marketing II	29
Modul B 06-a Controlling, Investition und Finanzierung, Rechnungswesen I	32
Teilstudienplan Controlling, Investition und Finanzierung, Rechnungswesen II	36
Modul B 06-b.01 Projektarbeit Aspekte der Investition und Finanzierung und des Change Managements	38
Modul B 06-b.02 Risikomanagement	41
Modul B 06-b.03 Ausgewählte Aspekte der Rechnungslegung und Besteuerung.....	45
Teilstudienplan Überfachliche Qualifikationen / Key Competencies.....	47
Modul B 07.01 International Competencies	49
Modul B 07.02 Interdisciplinary Competencies.....	52
Modul B 07.03 Selbstkompetenzen	55
Modul S A 01 Die Sportbranche: Strukturen und Finanzierung	58
Modul S A 02 Die Sportbranche: Rechtliche Aspekte im nationalen und internationalen Umfeld.....	61
Modul S A 03 Die Sportbranche: Marketing, Sponsoring und Marketingrechte	63
Modul S A 04 Forschung und Innovation in Sportökonomie und Sportpraxis	66
Modul P Obligatorische Praxisphase	69
Modul S A 05 Personal- und Organisationsmanagement im Sport	71
Modul S A 06-a Sporttourismus, Events und Nachhaltigkeit.....	74
Modul S A 06-b Sportentwicklung	78
Modul TH Master-Thesis	80

Studienverlaufsplan Sportmanagement, M.A.

Studienverlaufsplan Sportmanagement, M.A.			
Semester	Modul-Nr.	Modulbezeichnung	Leistungspunkte (ECTS)
1	B 01-a	Volkswirtschaftslehre	3
	B 01-b	Statistik	3
	B 02	Organisationsentwicklung / Personalwirtschaft	5
	B 03-a	Wirtschafts- und Arbeitsrecht I	5
	B 03-b	Wirtschafts- und Arbeitsrecht II*	3
	B 04	Unternehmensführung / Internationales Management	6
	B 05-a	Marketing I**	5
	B 05-b	Marketing II**	
Summe:			30
2	B 06-a	Controlling, Investition und Finanzierung, Rechnungswesen I	6
	B 06-b	Controlling, Investition und Finanzierung, Rechnungswesen II*	5
	B 07	Überfachliche Qualifikationen*	7
	SA 01	Die Sportbranche: Strukturen und Finanzierung	6
	SA 02	Die Sportbranche: Rechtliche Aspekte im nationalen und internationalen Umfeld	6
Summe:			30
3	SA 03	Die Sportbranche: Marketing, Sponsoring und Marketingrechte	6
	SA 04	Forschung und Innovation in Sportökonomie und Sportpraxis	6
	P	Obligatorische Praxisphase	18
Summe:			30
4	SA 05	Personal- und Organisationsmanagement im Sport	6
	SA 06-a	Sporttourismus, Events und Nachhaltigkeit**	6
	SA 06-b	Sportentwicklung**	
	TH	Master-Thesis	18
Summe:			30
Gesamt:			120

* Wahlpflichtmodul

** Wahlbereich

Modul B 01-a Volkswirtschaftslehre

Übersicht

Nr.	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
B 01-a	90 Std.	3 CP	1. Semester	jedes Wintersemester	1 Semester

Modulbeauftragte(r)	Lehrende im Modul
Prof. Dr. Stefan Sell	Prof. Dr. Stefan Sell

Art des Moduls	Veranstaltungsform(en)	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	Lehrsprache
Pflicht	Seminar mit integrierter Übung	48 Std.	42 Std.	ca. 60-80 Stud.	Deutsch

Verwendung des Moduls

Master-Studiengang Betriebswirtschaftslehre (Basismodul)

Master-Studiengang Economic and Social Research (Basismodul)

Master-Studiengang Management, Leadership, Innovation (Basismodul)

Master-Studiengang Sportmanagement (Basismodul)

Lernergebnisse und Kompetenzen

Die Studierenden werden mit den wichtigsten Zielen, Handlungsfeldern und Instrumenten der Wirtschaftspolitik als angewandte Volkswirtschaftslehre konfrontiert. Sie sollen in die Lage versetzt werden, die aktuellen und darüber hinaus die grundsätzlichen wirtschaftspolitischen Diskussionen einordnen und bewerten zu können. Besondere Relevanz hat hierbei die kritische Interpretation wirtschaftspolitischer Positionen. Darüber hinaus werden fundamental bedeutsame volkswirtschaftliche Entwicklungen über eine vertiefende Analyse wirtschaftswissenschaftlicher Ausarbeitungen diskutiert.

Kompetenzerwerb

Lernzielstufe	Kursbeitrag
Sozial- und Kommunikationskompetenz	<ul style="list-style-type: none"> Gruppendiskussionen Diskussionen im Plenum Diskussionen in den Übungsveranstaltungen und gemeinsame Bearbeitung und Lösung der Aufgaben mit thematisch relevanten Sachverhalten
Wissenserwerb	<ul style="list-style-type: none"> Kenntnis grundlegender wirtschaftspolitischer Ansätze Kenntnis der unterschiedlichen Interessen exemplarisch vermittelt durch die intensive Auseinandersetzung mit vertiefenden Fallstudien Kenntnis der Bedeutung der Quellenprüfung gerade im wirtschaftspolitischen Bereich
Wissensvertiefung	<ul style="list-style-type: none"> Lesen umfangreicher Studienliteratur zu den Schwerpunktthemen und Transfer wirtschaftswissenschaftlicher Befunde in die betriebswirtschaftliche Praxis
Instrumentale Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> Anwendung unterschiedlicher wirtschaftspolitischer Konzepte auf spezifische Themenfelder Anwendung von Analysetechniken auf umfangreiche Fallbeispiele Durchführung einer systematischen Quellenprüfung
Systemische Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> Beurteilung fremder Studien Erkennen und Zuordnung von volkswirtschaftlichen Einflussfaktoren und wirtschaftspolitisch relevanten Variablen

	auf die relevanten Rahmenbedingungen betriebswirtschaftlichen Handelns
Vermittelte Schlüsselqualifikationen	
<p>Die Studierenden sollen zum einen durch eine vertiefende Auseinandersetzung mit wissenschaftlichen Studien zu ausgewählten Themen der Wirtschaftspolitik in Verbindung mit der Medienberichterstattung in die Lage versetzt werden, sich mit volkswirtschaftlichen Themen auf der einen Seite wissenschaftlich, zum anderen aber auch immer praxisbezogen auseinandersetzen zu können. Sie sollen in der Lage sein, die oftmals interessengeleiteten Studien richtig einordnen zu können. Nach dem Besuch der Veranstaltung sollen die Studierenden in der Lage sein, sich selbstständig informieren und dabei die Quellen richtig einschätzen zu können.</p>	
Inhalte	
<p>Ziele, Handlungsfelder und Träger der Wirtschaftspolitik, Grundkonzeptionen der Wirtschaftspolitik (z.B. angebots- und nachfragerorientierte Wirtschaftspolitik), ausgewählte Handlungsfelder der Wirtschaftspolitik (z.B. Geldpolitik, Steuerpolitik).</p> <p>Grundlegende Positionen zur Wirtschaftspolitik wichtiger Akteure wie Parteien, Gewerkschaften, Arbeitgeberverbände u.a.</p> <p>Vertiefende Fallstudien zu wirtschaftspolitischen Themen, beispielsweise Digitalisierung und ihre Arbeitsmarktfolgen, Aufarbeitung der Finanz- und Wirtschaftskrise 2008/09 und grundlegende Aspekte der Krisen in der Wirtschaftsgeschichte, Banken und die Zukunft der Bankenlandschaft (Fintech-Unternehmen usw.), volkswirtschaftliche Politikberatung am Beispiel des Sachverständigenrates zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung sowie der Arbeitsgruppe alternative Wirtschaftspolitik, Energiewende und die Rolle der Energiepolitik, Plattformökonomie und Wettbewerbspolitik.</p> <p>Die Volkswirtschaftslehre wirkt vor allem über die konkrete Ausgestaltung der Wirtschaftspolitik. Die Wirtschaftspolitik als angewandte Volkswirtschaftslehre hat eine wichtige Funktion als Hintergrundwissen für betriebswirtschaftliche Planungen und Entscheidungen. Über einzelne Felder der Wirtschaftspolitik wie z.B. die Geldpolitik, die Steuerpolitik, die Arbeitsmarktpolitik oder die Wachstumspolitik werden wesentliche Rahmenbedingungen des betriebswirtschaftlichen Handelns bestimmt. In der wissenschaftlichen Analyse der Wirtschaftspolitik wird erkennbar, dass sich hier große Lager gegenüberstehen, die die politischen Entscheidungen beeinflussen.</p>	
Lehrformen	
Vorlesung und Unterrichtsgespräch, anwendungsorientierte Fallstudienarbeit.	
Teilnahmevoraussetzungen	
<p>Formal: Eingeschriebene(r) Studierende(r) am Fachbereich WiSo des RheinAhrCampus für einen Master-Studiengang.</p> <p>Inhaltlich: Keine</p>	
Prüfungsformen	
Klausur	
Bewertung	
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Prüfungsleistung für das Modul. Das Modul geht mit 3 ECTS in die Gesamtzahl von 120 ECTS-Punkten ein.	
Literaturhinweise	
<p>Den Studierenden wird zu den Themen, vor allem zu den Schwerpunktthemen umfangreiches Material zur Verfügung gestellt, insbesondere wissenschaftliche Studien und Aufsätze.</p> <p>Zu der Veranstaltung gibt es neben einer ergänzenden Übung einen vorlesungsbegleitenden Blog mit Beiträgen des Dozenten zur Vertiefung und Erweiterung der behandelten Themen (www-vwl-master.de).</p>	

Modul B 01-b Statistik

Übersicht

Nr.	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
B 01-b	90 Std.	3 CP	1. Semester	jedes Wintersemester	1 Semester

Modulbeauftragte(r)	Lehrende im Modul
Prof. Dr. Florian Smuda	Prof. Dr. Florian Smuda

Art des Moduls	Veranstaltungsform(en)	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	Lehrsprache
Pflicht	Seminar mit Übungen	64 Std.	26 Std.	ca. 60-80 Stud.	Deutsch

Verwendung des Moduls

Master-Studiengang Betriebswirtschaftslehre (Basismodul)

Master-Studiengang Economic and Social Research (Basismodul)

Master-Studiengang Management, Leadership, Innovation (Basismodul)

Master-Studiengang Sportmanagement (Basismodul)

Lernergebnisse und Kompetenzen

Im Rahmen des Moduls wiederholen die Studierenden zunächst die Grundlagen der inferentiellen Statistik. Sie sind mit wichtigen Wahrscheinlichkeitsverteilungen vertraut und können Schätz- und Testverfahren sicher einsetzen. Darauf aufbauend werden sie mit den Grundlagen der Ökonometrie vertraut gemacht. Sie kennen die methodischen Grundlagen der Einfach- und Mehrfachregression, die dahinterstehenden methodischen Annahmen sowie die Folgen und den Umgang bei Nichterfüllung einzelner Annahmen. Darüber hinaus können Sie für große Datenmengen computergestützte Datenauswertungen, induktive Analysemethoden sowie ökonometrische Schätzungen selbständig mithilfe der Statistik-Software Stata durchführen und die Ergebnisse interpretieren.

Kompetenzerwerb

Lernzielstufe	Kursbeitrag
Sozial- und Kommunikationskompetenz	<ul style="list-style-type: none"> Zahlen und Fakten verständlich interpretieren und ausdrücken Fehler bei Ergebnispräsentationen erkennen und Kritik sachlich benennen Gruppendiskussionen Diskussionen im Plenum
Wissenserwerb	<ul style="list-style-type: none"> Grundlegende Methoden der inferentiellen Statistik Einführung in die Ökonometrie Methodische Grundlagen der Mehrfachregression Gauß-Markov-Annahmen und Umgang bei Nichterfüllung einzelner Annahmen Eigenständige Durchführung und Interpretation der Ergebnisse computergestützter Datenauswertungen mit Stata
Wissensvertiefung	<ul style="list-style-type: none"> Gemeinsame Betrachtung von Praxisbeispielen Gemeinsame Bearbeitung von Übungsaufgaben Eigenständige Bearbeitung von Übungsaufgaben und Vorstellung der Ergebnisse Anwendung computergestützter Statistik-Software (Stata)
Instrumentale Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> Anwendung statistischer und ökonometrischer Methoden auf konkrete Beispiele Anwendung von Theorien, Werkzeugen und Methoden in Übungsaufgaben

	<ul style="list-style-type: none"> • Anwendungskompetenz durch Übertragung der Theorie auf Fallbeispiele • Analysekompetenz von Problemstellungen durch Übungen, Fallbeispielen und Diskussionen • Computergestützte Datenanalysen und ökonometrische Schätzungen mit der Statistik-SoftwareStata
Systemische Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> • Beurteilung fremder statistischer/ökonometrischer Studien • Beurteilung und Diskussion von Ideen und deren Realisierung in der Gruppe • Beurteilung der Möglichkeiten und Grenzen der Statistik/Ökonometrie • Bewertung der in Gruppen erarbeiteten Lösungen
Vermittelte Schlüsselqualifikationen Sichere Anwendunginferentieller Statistikverfahren; Methodische Grundlagen der Ökonometrie;Selbständige Durchführung ökonometrischer Schätzungen mithilfe der Statistik-Software Stata und Interpretation der Ergebnisse.	
Inhalte <ol style="list-style-type: none"> 1) Wiederholung & Grundlagen: Mathematische und statistische Grundlagen, Grundlagen der Wahrscheinlichkeitstheorie (diskrete und stetige Zufallsvariablen, Gemeinsame Verteilungen, Unabhängigkeit, Bedingte Wahrscheinlichkeitsverteilungen), Spezielle Wahrscheinlichkeitsverteilungen (Normalverteilung, Chi-Quadrat-Verteilung, t-Verteilung, F-Verteilung), Einfache Zufallsstichproben, Punkt- und Intervallschätzer, Eigenschaften von Schätzern (Unverzerrtheit, Konsistenz), Gesetz der großen Zahlen, Zentraler Grenzwertsatz, Parametrische Hypothesentests. 2) Einführung in die Ökonometrie & Datenstrukturen: Vorgehensweise in ökonometrischen Analysen, Modellspezifikation, Struktur ökonomischer Daten, Kausalität und „ceteris paribus“-Interpretation. 3) Das lineare Regressionsmodell: Grundbegriffe, Spezifikation, Kleinstquadratmethode, Bestimmtheitsmaß, Verwendung logarithmierter Variablen in der Schätzung, Gauß-Markov-Annahmen, Inferenzstatistik, Hypothesentests, P-Werte, Konfidenzintervalle, Asymptotische Eigenschaften der OLS-Schätzer. 4) Endogenität: Definition, Instrumentalvariablen-Schätzer, Zweistufige Kleinstquadratschätzung, Test auf Endogenität. 5) Heteroskedastizität: Definition, Test auf Heteroskedastizität und Korrektur, Gewichtete Kleinstquadratschätzung. 	
Lehrformen Vorlesung mit begleitenden Übungen	
Teilnahmevoraussetzungen Formal: Eingeschriebene(r) Studierende(r) am Fachbereich WiSo des RheinAhrCampus für einen Master-Studiengang. Inhaltlich: Grundlagen der Mathematik und Statistik.	

Prüfungsformen

Klausur

Bewertung

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Prüfungsleistung für das Modul. Das Modul geht mit 3 ECTS in die Gesamtzahl von 120 ECTS-Punkten ein.

Literaturhinweise

- Wooldridge, Jeffrey M.: Introductory Econometrics – A Modern Approach, Sixth Edition (oder aktueller), Cengage Learning

Modul B 02 Organisationsentwicklung/Personalwirtschaft

Übersicht

Nr.	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
B 02	150 Std.	5 CP	1. Semester	jedes Wintersemester	1 Semester

Modulbeauftragte(r)	Lehrende im Modul
Prof. Dr. Raphael Breidenbach	Prof. Dr. Raphael Breidenbach

Art des Moduls	Veranstaltungsform	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	Lehrsprache
Pflicht	Seminar, im Verlauf der Veranstaltung fallbasierte Gruppenarbeit und Präsentation der Ergebnisse	64 Std.	86 Std.	ca. 60-80 Stud.	Deutsch

Verwendung des Moduls

Master-Studiengang Betriebswirtschaftslehre (Basismodul)

Master-Studiengang Economic and Social Research (Basismodul)

Master-Studiengang Management, Leadership, Innovation (Basismodul)

Master-Studiengang Sportmanagement (Basismodul)

Lernergebnisse und Kompetenzen

Die heutige Personalwirtschaft hat sich von einer Personalverwaltung hin zu einem strategischen Partner im Unternehmen entwickelt. Über die funktionale Perspektive hinaus ist Personalmanagement an den strategischen Zielen der Unternehmung orientiert und erbringt relevante Beiträge zu deren Realisierung. Unternehmen sehen sich mit einer zunehmenden Dynamik der Veränderung konfrontiert, auf die das Personalmanagement im Sinne einer strategischen Partnerschaft mit einem professionellen Veränderungsmanagement reagiert.

Die Studierenden erschließen sich zentrale Aufgaben und Herausforderungen der betrieblichen Personalfunktion und der Organisationsentwicklung. Sie lernen die wichtigsten Instrumente im Kontext eines systemisch vorgehenden „Management of People“ kennen und sind orientiert über deren Reichweiten und Begrenzungen. Als potenzielle Führungskräfte entwickeln sie eine reflektierte Sichtweise auf den personalen Leistungserstellungsprozess.

Kompetenzerwerb

Lernzielstufe	Kursbeitrag
Sozial- und Kommunikationskompetenz	<ul style="list-style-type: none"> Gruppenarbeit und -diskussionen Präsentation der Gruppenergebnisse
Wissenserwerb	<ul style="list-style-type: none"> Kenntnisse der zentralen Theorien und Modelle der Personalwirtschaft und der Organisationsentwicklung Wissen um Change-Management-Prozesse und deren Planung Wissen um die zentralen Aufgaben der betrieblichen Funktionsbereiche Personal und Human Resource Management
Wissensvertiefung	<ul style="list-style-type: none"> Anwendung des Gelernten auf Fallbeispiele Lesen von Fachliteratur und wissenschaftlichen Studien bzw. Aufsätzen zur Thematik
Instrumentale Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> Anwendung von Instrumenten der Personalarbeit und der Organisationsentwicklung

	<ul style="list-style-type: none"> Analysekompetenz in Bezug auf Wirkung und Reichweite der initiierten Maßnahmen im Handlungsfeld
Systemische Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> Fähigkeit zur Betrachtung und Analyse der Aufgaben- und Problemstellungen der Personalwirtschaft und der Organisationsentwicklung unter den Bedingungen des Systems Betrieb Ressourcenorientierte Vorgehensweise
<p>Vermittelte Schlüsselqualifikationen</p> <p>Entwicklung von wissenschaftlich fundierter Handlungskompetenz im „Management of People“, dies sowohl aus Sicht des Systems Betriebs, als auch aus Sicht der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (vgl. Anspruch des Individuellen). Stärkung der Fähigkeit zur systematischen Analyse betrieblicher Problemstellungen, des Theorie-Praxistransfers und der Problemlösungskompetenz sowie der Fähigkeit zur Kommunikation und Interaktion, auch mit Blick auf die Lösung betrieblicher Konfliktlagen.</p>	
<p>Inhalte</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Strategisches Personalmanagement unter Berücksichtigung internationaler Trends und Entwicklungen 2. Operatives Personalmanagement, HR-Funktionen 3. Aktuelle Fragestellungen des Personalmanagements 4. Differenzierung in Organisationsgestaltung und -entwicklung 5. Phasenmodelle der Organisationsentwicklung, Change-Management 6. Ursachen und Umgang mit Widerständen 	
<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristischer Unterricht, im Verlauf der Veranstaltung Gruppenarbeit und Ergebnispräsentation sowie Lösung von konkreten Problemstellungen, Fallstudienarbeit.</p>	
<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formale: Eingeschriebene(r) Studierende(r) am Fachbereich WiSo des RheinAhrCampus für einen Master-Studiengang.</p> <p>Inhaltliche: keine (Veranstaltung des 1. Semesters)</p>	
<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur</p>	
<p>Bewertung</p> <p>Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Prüfungsleistung für das Modul. Das Modul geht mit 5 ECTS in die Gesamtzahl von 120 ECTS-Punkten ein.</p>	
<p>Literaturhinweise</p> <p>T. Bartscher/R. Nissen: Personalmanagement; Grundlagen, Handlungsfelder, Praxis, 2. Aktualisierte Auflage, Hallbergmoos, 2017</p> <p>T. Batsching: Internationale Personalarbeit in der Praxis, Freiburg-Stuttgart-München, 2018.</p> <p>H. Jung: Personalwirtschaft, 10. Auflage, Berlin-Boston 2017.</p> <p>F. Gairing: Organisationsentwicklung: Geschichte, Konzepte, Praxis. Stuttgart, 2017.</p> <p>G. Schanz: Personalwirtschaftslehre: Lebendige Arbeit in verhaltenswirtschaftlicher Perspektive, München 2015.</p> <p>G. Schreyögg/ D.Geiger, D.: Organisation - Grundlagen moderner Organisationsgestaltung. 6. Aufl. Wiesbaden 2016, insb. Kapitel 6: Organisatorischer Wandel und Lernen.</p>	

H. Schuler/U.P. Kanning: Lehrbuch der Personalpsychologie, 3. Auflage, Göttingen

J.C. Weilbacher: Human Collaboration Management: Personalmanager als Berater und Gestalter in einer vernetzten Welt, Stuttgart, 2017.

S. Werther/L. Bruckner (Hrsg.): Arbeit 4.0 aktiv gestalten, Berlin 2018.

Zusätzlich werden den Studierenden Fallstudien und Übungsbeispiele online zur Verfügung gestellt.

Modul B 03-a Wirtschafts- und Arbeitsrecht I

Übersicht

Nr.	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
B 03-a	150 Std.	5 CP	1. Semester (bei Start im WS)	jedes Wintersemester	1 Semester

Modulbeauftragte(r)	Lehrende im Modul
Prof. Dr. Ralph Westerhoff	Prof. Dr. Ralph Westerhoff

Art des Moduls	Veranstaltungsform(en)	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	Lehrsprache
Pflicht	Seminar	64 Std.	86 Std.	ca. 60-80 Stud.	Deutsch

Verwendung des Moduls

Master-Studiengang Betriebswirtschaftslehre (Basismodul)

Master-Studiengang Economic and Social Research (Basismodul)

Master-Studiengang Management, Leadership, Innovation (Basismodul)

Master-Studiengang Sportmanagement (Basismodul)

Lernergebnisse und Kompetenzen

Im beruflichen Alltag der künftigen Führungskräfte haben die rechtlichen Implikationen von Entscheidungen eine extrem hohe Relevanz. Es soll den Studierenden die Sensibilität vermittelt werden, in welchen typischen Situationen rechtliche Probleme drohen und deswegen eine (ggfs. unter Zuhilfenahme (externer) fachlicher Unterstützung Überprüfung des Sachverhaltes angezeigt ist.

Deshalb wird zunächst gerafft die rechtliche Ordnung systematisiert, um dann an ausgewählten Problemfeldern die methodisch saubere Bearbeitung zu erörtern. Dies befähigt die Studierenden im Ergebnis dann dazu, die rechtlichen Rahmenbedingungen wirtschaftlicher Tätigkeit zu erkennen, planmäßig in ihr Handeln einzubeziehen und lösungsorientiert mit rechtlichen Problemstellungen umgehen zu können

Kompetenzerwerb

Lernzielstufe	Kursbeitrag
Sozial- und Kommunikationskompetenz	<ul style="list-style-type: none"> • Diskussionen • Interaktiver Unterricht (Einbeziehung persönlicher Erfahrungen und Probleme) • Stärkung der argumentativen Kompetenz durch Planspiele • Sensibilisierung für die Auswirkung arbeitsrechtlicher Entscheidungen auf den Menschen und den Betrieb
Wissenserwerb	<ul style="list-style-type: none"> • Systematische Erfassung des Rechts • Sichere Erfassung typischer zivilrechtlicher, insbesondere vertraglicher Sachverhalte • Kaufrecht, insbesondere auch Kauf ganzer Unternehmen • Leasing • Kreditsicherungsrecht • Insolvenzrecht • Haftung von Organen juristischer Personen • Deliktische Ansprüche, insbesondere die Produkthaftung
Wissensvertiefung	<ul style="list-style-type: none"> • Vertiefung des Wissens durch Vor- bzw. Nachbereitung von empfohlenen Entscheidungen • Anwendung des Erlernten auf in der Presse diskutierten Fällen • Lektüre von Fachbeiträgen

Instrumentale Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> • Nutzung von juristischen Datenbanken zur Wissensermittlung und Vertiefung • Nutzung typischer juristischer Hilfsmittel, wie Kommentare
Systemische Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> • Rechtliche Auswirkung betrieblicher Entscheidungen und Prozesse • Rechtsordnung als sozialer Algorithmus
<p>Vermittelte Schlüsselqualifikationen</p> <p>Verständnis für das System der rechtlichen Ordnung</p> <p>Sichere Einschätzung rechtlicher Risiken wirtschaftlichen Handelns</p> <p>Belastbare Kenntnisse ausgewählter Bereiche des Rechts</p> <p>Methodische Fähigkeiten</p> <p>Verknüpfung betriebswirtschaftlicher und juristischer Fragestellungen</p> <p>Lösung einfacher Sachverhalte</p>	
<p>Inhalte</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Grundlagen des Vertragsrechts 2. Besonderheiten typischer Verträge 3. Unternehmenskauf 4. Deliktsrecht, insbesondere Produkthaftung 5. Grundlagen des Sachenrechts 6. Kreditsicherungsrecht 7. Arbeitsrecht 8. Insolvenzrecht 	
<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristische Vorlesung mit integrierten Übungen</p>	
<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formale: Eingeschriebene(r) Studierende(r) am Fachbereich WiSo des RheinAhrCampus für einen Master-Studiengang.</p> <p>Inhaltliche: Belastbare Grundkenntnisse des Zivilrechts.</p>	
<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur</p>	
<p>Bewertung</p> <p>Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Prüfungsleistung für das Modul. Das Modul geht mit 5 ECTS in die Gesamtzahl von 120 ECTS-Punkten ein.</p>	
<p>Literaturhinweise</p> <p>Werden themenbezogen in der Vorlesung gegeben.</p>	

Teilstudienplan Wirtschafts- und Arbeitsrecht II

Übersicht

Es ist ein Modul zu wählen. Wahlmodule in der PO, die in jedem Wintersemester angeboten werden:

B 03-b Wirtschafts- und Arbeitsrecht II				
..01	Gesellschaftsrecht	3 ECTS	2 SWS	KL 90
..02	Arbeitsrecht	3 ECTS	2 SWS	KL 90
..03	Unternehmen in Krise und Insolvenz	3 ECTS	2 SWS	KL 90

Die Liste der Wahlmodule ist nicht ausschließlich.

Lernergebnisse und Kompetenzen

Fragen und Problemkreise aus dem Gesellschaftsrecht wie aus dem Arbeitsrecht spielen im betrieblichen Handeln eine wichtige Rolle und sind sowohl für die Wahrnehmung von Leitungsaufgaben wie für Tätigkeiten im mittleren Management wichtige Entscheidungsparameter. Neben dem Gesellschaftsrecht mit den Schwerpunkten der betrieblichen Gestaltungsmöglichkeiten und persönlichen Haftungen der beteiligten Personen werden ausgesuchte praxisrelevante Problemkreise aus den anderen Rechtsgebieten behandelt.

Die Studierenden sollen befähigt werden, Elemente der Früherkennung und Indikatoren krisenhafter Unternehmensentwicklungen kennen zu lernen sowie anhand eines Fallbeispiels aus der Praxis die Auswertung strategischer und leistungswirtschaftlicher Sichtweisen zu erproben sowie die Prinzipien des Insolvenzrechts und des Insolvenzverfahrens beherrschen.

Weitere Details können den jeweiligen Veranstaltungen entnommen werden.

Vermittelte Schlüsselqualifikationen

Das Gesamtmodul vermittelt den Studierenden die Fähigkeit, gesellschaftsrechtliche Risikofelder sicher einzuschätzen. Ferner sind die Studierenden in der Lage, richtige Entscheidungen bei krisenhaften Unternehmensentwicklungen im Hinblick auf die damit verbundenen Haftungsfragen. Wird insbesondere auf die Querschnittsmaterie Gesellschaftsrecht und Insolvenzrecht mit ihren jeweils spezifischen Haftungsrisiken insbesondere auch für die handelnden Organe bzw. Führungskräfte.

Die Kurseinheit Arbeitsrecht befähigt die Studierenden, arbeitsrechtliche Fragestellungen zu erkennen, einfache Sachverhalte selbst zu beurteilen und bei komplexen Fragestellungen kompetenter Gesprächspartner (externer) Experten zu sein.

Im Übrigen siehe zu diesem Punkt die Ausführungen zu den jeweiligen Modulen.

Inhalte

Ergeben sich aus den Beschreibungen der jeweiligen Module.

Lehrformen

Seminaristischer Unterricht mit integrierten Übungen und Planspielen

Teilnahmevoraussetzungen

Formale: Eingeschriebene(r) Studierende(r) am Fachbereich WiSo des RheinAhrCampus für einen Master-Studiengang.

Inhaltliche: Formal keine. Belastbare Grundkenntnisse im Zivilrecht werden aber vorausgesetzt.

Prüfungsformen

Ergeben sich aus den Beschreibungen der jeweiligen Module.

Bewertung

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Prüfungsleistung für das jeweilige Modul. Es ist ein Modul zu wählen.

Der Teilstudienplan geht mit 3 ECTS in die Gesamtzahl von 120 ECTS-Punkten ein.

Literaturhinweise

Ergeben sich aus den Beschreibungen der jeweiligen Module.

Modul 03-b.01 Gesellschaftsrecht

Übersicht

Nr.	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
B 03-b.01	90 Std.	3 CP	1. Semester (bei Beginn im WS)	jedes Wintersemester	1 Semester

Modulbeauftragte(r)	Lehrende im Modul
Prof. Dr. Ralph Westerhoff	Prof. Dr. Ralph Westerhoff

Art des Moduls	Veranstaltungsform(en)	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	Lehrsprache
Wahlpflicht	Seminar mit integrierten Übungen	32 Std.	58 Std.	30 Stud.	Deutsch

Verwendung des Moduls

Master-Studiengang Betriebswirtschaftslehre (Basismodul)

Master-Studiengang Economic and Social Research (Basismodul)

Master-Studiengang Management, Leadership, Innovation (Basismodul)

Master-Studiengang Sportmanagement (Basismodul)

Lernergebnisse und Kompetenzen

Durch dieses Modul wird den Studierenden das erforderliche Wissen vermittelt, um erstens die Funktion der Gesellschaften in der wirtschaftlichen Praxis zu verstehen und zweitens deswegen eine sichere Grundlage für sich in der Praxis ergebende rechtliche Probleme bei unterschiedlichen Rechtsformen treffen zu können.

Zuvor erworbene belastbare Kenntnisse im allgemeinen Zivilrecht sowie vorhandene Grundkenntnisse im Gesellschaftsrecht werden in diesem Modul erweitert und vertieft, sodass die Studierenden die rechtlichen Rahmenbedingungen bei der Gründung, der Verwaltung und der Umwandlung verschiedener Gesellschaften kennen und beherrschen.

Einen besonderen Schwerpunkt wird einmal auf die Vermittlung von Wissen zu den Möglichkeiten und Grenzen gesellschaftsrechtlicher Instrumente bei der Sanierung von kriselnden Unternehmen gelegt. Gerade in solchen Szenarien hat die Frage der persönlichen Haftung der Manager für ihre Entscheidungen eine immer größer werdende Relevanz. Den Studierenden werden die Kenntnisse vermittelt, auch in solchen Situationen eine zutreffende und die persönliche Haftung vermeidende Entscheidung zu treffen.

Auch erhalten die Studierenden Kenntnisse im Bereich des Umwandlungsrechts sowie des gerade für Aktiengesellschaften besonders relevanten Kapitalmarktrechts.

Kompetenzerwerb

Lernzielstufe	Kursbeitrag
Sozial- und Kommunikationskompetenz	<ul style="list-style-type: none"> Fachliche Diskussion im Rahmen der Vorlesung Mündliche Beurteilung von vorgetragenen höchstrichterlich entschiedenen Fällen Auseinandersetzung mit verschiedenen rechtlichen Ansätzen
Wissenserwerb	<ul style="list-style-type: none"> Kenntnis der Quellen des Gesellschaftsrecht Geschichte des HGB als Sonderprivatrecht der Kaufleute Notwendigkeit von Gesellschaften Personengesellschaft Struktur der Personengesellschaften

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Gründung ○ Verwaltung ○ Vertretung ○ Haftung • Notwendigkeit und Vorkommen von Kapitalgesellschaften • Recht der Körperschaften <ul style="list-style-type: none"> ○ Prinzip des „Numerus Clausus“ ○ Gründung ○ Verwaltung ○ Vertretung ○ Haftung • Der Verein als „Urform“ • Kapitalgesellschaftsrecht
Wissensvertiefung	<ul style="list-style-type: none"> • Lektüre von im Unterricht angesprochenen Gerichtsentscheidungen • Erarbeitung von empfohlenen Aufsätzen • Ggfs. Vertiefung durch Lehrbücher und Kommentare
Instrumentale Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> • Anwendung der im Modul „Einführung Recht“ (B 131) erworbene methodische Kompetenz auf neues Rechtsgebiet • Nutzung von juristischen Datenbanken zur Wissensermittlung und Vertiefung
Systemische Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> • Erkennen des Nutzens und der Grenzen privater Körperschaften • Einordnung des Gesellschaftsrechts im System der Privatrechtsordnung • Erkennen der Strukturgemeinsamkeiten und –unterschiede der verschiedenen Rechtsformen • Erkennen der Funktion von Gesellschaftsformen für die im Modul B 132 (Einführung in die Ökonomie) erarbeiteten Prinzipien des Wirtschaftens

Vermittelte Schlüsselqualifikationen

Mit den in diesem Modul vermittelten Kenntnissen

- sind den Teilnehmern die handelsrechtlichen Grundlagen, insbesondere die Kaufmanneigenschaft, das Handelsgeschäft sowie Funktion und Bedeutung des Handelsregisters, bekannt;
- können diese die juristische Person sowie die rechtsfähigen Personengesellschaften als weitere mögliche Träger von Rechten und Pflichten identifizieren;
- beherrschen sie die wesentlichen Voraussetzungen der Gründung der wichtigsten Personengesellschaften sowie der GmbH und AG;
- kennen sie den Unterschied zwischen Selbst- und Fremddorganschaft und beherrschen die Kompetenzen der verschiedenen Organe der Gesellschaften;
- kennen und beherrschen die Teilnehmer die Haftungsnormen der Organe der Gesellschaften;
- haben Kenntnisse über die Voraussetzung für und den Ablauf von Rechtsformumwandlungen

und sind deshalb in der Lage, einfache Fälle aus den behandelten Problembereichen zu lösen.

Inhalte

1. Übersicht über die verschiedenen Rechtsformen
2. Handelsrechtliche Grundlagen des Gesellschaftsrechts
3. Rechtsformwahl
4. Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR)
5. Offene Handelsgesellschaft (OHG)
6. Kommanditgesellschaft (KG)
7. Stille Gesellschaft
8. Partnerschaftsgesellschaft
9. Verein
10. GmbH

11. Aktiengesellschaft
12. GmbH & Co. KG und weitere Mischformen
13. Gesellschaftsrechtliche Fragen der Sanierung
14. Grundfragen des Umwandlungsrechts
15. Kapitalmarktrecht
16. Ausländische Rechtsformen

Lehrformen

Interaktiver Vortrag mit Erörterung von Beispielfällen sowie in Veranstaltung integrierte Übungen.

Teilnahmevoraussetzungen

Formale: Eingeschriebene(r) Studierende(r) am Fachbereich WiSo des RheinAhrCampus für einen Master-Studiengang.

Inhaltliche: Belastbare Kenntnisse des Zivilrechts. Sofern nicht vorhanden, wird empfohlen, zunächst das Modul B 03-a („Wirtschafts- und Arbeitsrecht I“) abzuschließen und dann im Anschluss dieses Modul zu belegen.

Prüfungsformen

Klausur

Bewertung

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Prüfungsleistung für das Modul. Das Modul geht mit 3 ECTS in die Gesamtzahl von 120 ECTS-Punkten ein.

Literaturhinweise

Benötigt werden „Aktuelle Wirtschaftsgesetze 2018“, die auch als Hilfsmittel in der Klausur zugelassen sind. Weitere Literatur wird nicht benötigt. Der Dozent stellt ein eigenes Skript ins Netz. Zur Vertiefung kann Klunzinger, Eugen, Grundzüge des Gesellschaftsrechts, 16. Aufl. 2012 (Verlag Vahlen), oder Schäfer, Carsten, Gesellschaftsrecht, 5. Aufl. 2018 (Verlag C.H. Beck) empfohlen werden.

Modul 03-b.02 Arbeitsrecht

Übersicht

Nr.	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
B 03-b.02	90 Std.	3 CP	1. Semester (bei Beginn im WS)	jedes Wintersemester	1 Semester

Modulbeauftragte(r)	Lehrende im Modul
Prof. Dr. Ralph Westerhoff	Prof. Dr. Ralph Westerhoff

Art des Moduls	Veranstaltungsform(en)	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	Lehrsprache
Wahlpflicht	Seminar mit integrierter Übung	32 Std.	58 Std.	30 Stud.	Deutsch

Verwendung des Moduls

Master-Studiengang Betriebswirtschaftslehre (Basismodul)

Master-Studiengang Economic and Social Research (Basismodul)

Master-Studiengang Management, Leadership, Innovation (Basismodul)

Master-Studiengang Sportmanagement (Basismodul)

Lernergebnisse und Kompetenzen

In diesem Modul wird den Studenten aufbauend auf den (vorhandenen) Grundkenntnissen im Zivilrecht sowie Basiswissen im Arbeitsrecht vertiefend Kompetenzen für die arbeitsrechtliche Praxis vermittelt.

Den Studierenden werden die Kenntnisse und Methoden vermittelt, die sie in Ihrer künftigen Funktion als Vorgesetzte beherrschen müssen. Dazu gehört im sogenannten Individualarbeitsrecht insbesondere die Vermittlung von Wissen über die Gestaltung von Arbeitsverträgen und den Grenzen, die insbesondere das Europarecht der Gestaltungsfreiheit setzt. In diesem Kontext spielt die durch das AGG in nationales Recht transformierte Antidiskriminierungsrichtlinie eine zentrale Rolle. Die solide Beherrschung dieses Themas ist von hoher aktueller Relevanz, kann bei Fehleinschätzungen teure Schadenersatzforderungen nach sich ziehen und spielt eine nicht zu unterschätzende Rolle für das immer wichtiger werdende Image des Unternehmens bei potenziellen Kandidaten.

Ein weiterer Schwerpunkt ist der Themenbereich „Beendigung des Arbeitsverhältnisses“. Neben der Auseinandersetzung mit den Voraussetzungen einer zulässigen Befristung gehören die Vermittlung rechtssicheren Wissens und die Erarbeitung der erforderlichen Methoden im Themenfeld „Kündigung“ zum Kursinhalt. Die Teilnehmer werden in der Lage sein, einfache arbeitsrechtliche Fälle gerichtsfest zu bearbeiten.

Aufgrund der zunehmenden Internationalisierung werden auch zentrale Aspekte des europäischen und internationalen Arbeitsrechtes besprochen. Ein weiterer Themenkomplex ist die Behandlung der arbeitsrechtlichen Implikationen bei Unternehmen in der Krise und schließlich solcher in der Insolvenz.

Im kollektiven Arbeitsrecht wird der Schwerpunkt auf das Tarifrecht gelegt. Die Teilnehmer sind nach diesem Modul in der Lage, Tarifverträge detailliert zu verstehen und zu interpretieren.

Kompetenzerwerb

Lernzielstufe	Kursbeitrag
Sozial- und Kommunikationskompetenz	<ul style="list-style-type: none"> • Diskussionen • Interaktiver Unterricht (Einbeziehung persönlicher Erfahrungen und Probleme)

	<ul style="list-style-type: none"> • Stärkung der argumentativen Kompetenz durch Planspiele • Sensibilisierung für die Auswirkung arbeitsrechtlicher Entscheidungen auf den Menschen und den Betrieb
Wissenserwerb	<ul style="list-style-type: none"> • Arbeitsrecht als Sonderprivatrecht • Historische Wurzeln des Arbeitsrechts als Konsequenz und Folge der Industrialisierung • Entwicklung des Arbeitsrechts als Folge der ökonomischen Veränderungen • Besondere Bedeutung des Arbeitsrechts als Instrument zur Bewältigung sozialer Konflikte • Politische Implikationen, insbesondere Tarifautonomie und damit verbundenen Fragen • Verfassungsrechtliche Fragen, insbesondere Fragen der Gleichheit, Gleichstellung, Diskriminierung, Berufsfreiheit im Konflikt mit der Freiheit des Unternehmers in einer marktwirtschaftlichen Ordnung. • Europarechtliche Fragen des Arbeitsrechts • Aufbau, Wurzeln, Aufgaben und Gefahren der betrieblichen Mitbestimmung
Wissensvertiefung	<ul style="list-style-type: none"> • Vertiefung des Wissens durch Vor- bzw. Nachbereitung von empfohlenen Entscheidungen • Anwendung des Erlernten auf in der Presse diskutierten Fällen • Lektüre von Fachbeiträgen
Instrumentale Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> • Anwendung der im Modul „Einführung Recht“ (B 131) erworbene methodische Kompetenz auf neues Rechtsgebiet • Nutzung von juristischen Datenbanken zur Wissensermittlung und Vertiefung
Systemische Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> • Einschätzung der sozialen Folgen durch betriebliche Notwendigkeit induzierten arbeitsrechtlichen Maßnahmen • Verständnis für die Verzahnung von betrieblichen, rechtlichen und sozialen Aspekten im Arbeitsleben • Erkennen der Funktion des Arbeitsrechts einerseits als Teilgebiet des Zivilrechts, andererseits seiner Überlagerung durch andere rechtliche Systeme (Grundrechte, Europarecht) etc.

Vermittelte Schlüsselqualifikationen

Mit den in diesem Modul vermittelten Kenntnissen

- ist der Unterschied zwischen einem „Dienstverpflichteten“ und einem Arbeitnehmer bekannt;
- kennen die Teilnehmer die Folgen von Pflichtverletzungen bei der Anbahnung von Arbeitsverhältnissen, insbesondere die Voraussetzungen und folgen eines Verstoßes gegen das AGG;
- können sie die Haupt- und Nebenpflichten aus einem Arbeitsvertrag identifizieren und kennen die Rechtsfolgen von Verletzungen dieser Pflichten;
- kennen die Teilnehmer ferner die Voraussetzungen für eine zulässige Befristung von Arbeitsverträgen;
- sind sie in der Lage, die Wirksamkeit einer Kündigung eines Arbeitsverhältnisses formal und inhaltlich zu beurteilen
- kennen und beherrschen die Teilnehmer die arbeitsrechtlichen Konsequenzen des Outsourcings, insbesondere den § 613 a BGB
- sind ihnen die Grundbegriffe aus dem kollektiven Arbeitsrecht vertraut, insbesondere
 - Grundfragen des Arbeitskampfrechts
 - Innerbetriebliche Mitbestimmung (Funktion, Arbeitsweise und Aufgaben des Betriebsrates
 - Grundfragen der Mitbestimmung in Aufsichtsräten

Und sind so in der Lage, einfache rechtliche Fälle aus diesen Problembereichen angemessen zu lösen.

Inhalte

1. Arbeitsrecht als Sonderprivatrecht der Arbeitnehmer und Arbeitgeber

2. Rechtsquellen des Arbeitsrechts
3. Die Begründung des Arbeitsverhältnisses
4. Haupt- und Nebenpflichten aus dem Arbeitsvertrag und die Folgen ihrer Verletzung
5. Die Beendigung des Arbeitsverhältnisses, insbesondere Befristung und Kündigung
6. Arbeitsrechtliche Folgen des Outsourcings unter besonderer Berücksichtigung des § 613a BGB
7. Europäisches und internationales Arbeitsrecht
8. Das Arbeitsverhältnis bei Unternehmen in Krise und Insolvenz
9. Grundbegriffe des kollektiven Arbeitsrechts
 - a. Arbeitskampfrecht
 - b. BetrVG
 - c. MitbestimmungsG
10. Tarifvertragsrecht

Lehrformen

- Seminaristischer Unterricht. Fallbearbeitung.
- Fragend entwickelnder praxisnaher Unterricht mit Fallbeispielen. Vor- und Nachbereitung durch die Studierenden anhand von aktuellen Fragestellungen.
- Integrierte Übungen.

Teilnahmevoraussetzungen

Formale: Eingeschriebene(r) Studierende(r) am Fachbereich WiSo des RheinAhrCampus für einen Master-Studiengang

Inhaltliche: (empfohlen): Beherrschung der Grundlagen des Zivilrechts (wenn nicht vorhanden wird empfohlen, zunächst das Modul B 03 a („Wirtschafts- und Arbeitsrecht I“) zu belegen und dieses Teilmodul dann nachzuholen). Außerdem werden Grundkenntnisse im Arbeitsrecht ebenfalls erwartet.

Prüfungsformen

Klausur

Bewertung

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Prüfungsleistung für das Modul. Das Modul geht mit 3 ECTS in die Gesamtzahl von 120 ECTS-Punkten ein.

Literaturhinweise

- Zwingend erforderlich ist die Sammlung „Arbeitsgesetze“ (Verlag CH Beck, derzeit 94. Auflage)
- Den Studierenden wird ein Skript zur Verfügung gestellt
- Vorlesungsbegleitend erhalten diese zusätzlich eine Präsentation
- Weitere Literatur wird in der Vorlesung besprochen

Modul 03-b.03 Unternehmen in Krise und Insolvenz

Übersicht

Nr.	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
B 03-b.03	90 Std.	3 CP	1. Semester (bei Beginn im WS)	jedes Wintersemester	1 Semester

Modulbeauftragte(r)	Lehrende im Modul
Prof. Dr. Ralph Westerhoff	Prof. Dr. Ralph Westerhoff

Art des Moduls	Veranstaltungsform(en)	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	Lehrsprache
Wahlpflicht	Seminar mit integrierter Übung	32 Std.	58 Std.	30 Stud.	Deutsch

Verwendung des Moduls

Master-Studiengang Betriebswirtschaftslehre (Basismodul)

Master-Studiengang Economic and Social Research (Basismodul)

Master-Studiengang Management, Leadership, Innovation (Basismodul)

Master-Studiengang Sportmanagement (Basismodul)

Lernergebnisse und Kompetenzen

Die Veranstaltung Unternehmen in Krise und Insolvenz soll den Studierenden anhand von praktischen Fällen Risiken und Grenzen betriebswirtschaftlichen Handelns, aber auch Möglichkeiten und Grenzen der Gestaltung in Krise und Insolvenz vermitteln. Die Studierenden sollen die Möglichkeiten der Krisenfrüherkennung sowie der Implementierung von Früherkennungssystemen z.B. im Rechnungswesen erfahren und den praktischen Nutzen erkennen. Die verschärfte Haftung der Unternehmensführung sowie die Möglichkeiten außergerichtlicher wie gerichtlicher Sanierung werden eingehend dargestellt.

Anhand eines praktischen Falles erarbeiten die Studenten zudem einen ‚Stresstest‘ für ein Unternehmen bei einem vorgegebenem Krisenszenario.

Die Studierenden sollen zudem in die Lage versetzt werden, Unternehmensdaten auf ihre Glaubwürdigkeit zu untersuchen, Fehlinterpretationen zu erkennen und Krisensymptome zu identifizieren. Einfache Schätz- und Testverfahren sollen selbstständig durchgeführt werden.

Kompetenzerwerb

Lernzielstufe	Kursbeitrag
Sozial- und Kommunikationskompetenz	<ul style="list-style-type: none"> • Einbeziehung der Studierenden in den interaktiven Vortrag • Präsentation der Ergebnisse der Gruppenarbeit • Argumentative Kompetenz bei der Beurteilung im Unterricht erörterter Grenz- bzw. Streitfälle • Gruppendynamische Kompetenz bei der in der Vorlesung integrierten Gruppenarbeit
Wissenserwerb	<ul style="list-style-type: none"> • Insolvenzrecht als Gesamtvollstreckung • Krisenfrüherkennung und Systeme der Krisenerkennung und -vermeidung • Verfahrensprinzipien • Insolvenzrecht als Querschnittsmaterie • Die Gleichheit der Gläubigerbefriedigung und ihre systembedingten Ausnahmen • Die Anfechtung gläubigerschädigender Handlungen • Haftung im Rahmen von Unternehmensinsolvenzen

Wissensvertiefung	<ul style="list-style-type: none"> • Selbstständige Analyse aktueller Fälle • Vertiefung theoretischen Wissens durch Lektüre empfohlener Fachbeiträge
Instrumentale Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> • Anwendung juristischer Methodik auf ein neues Fachgebiet • Herstellung der Bezüge zwischen allgemeinem Zivilrecht, Gesellschaftsrecht und Arbeitsrecht auf der einen und Insolvenzrecht auf der anderen Seite • Ableitung juristischer Handlungsoptionen aus betriebswirtschaftlichen Informationen • Beurteilung von Unternehmensinformationen im Hinblick auf Krisenszenarien
Systemische Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> • Insolvenz als Risiko und Handlungsoption • Einordnung der insolvenzrechtlichen Gesamtvollstreckung in das Wirtschaftssystem • Insolvente Unternehmen als Gefahr für ein funktionierendes Wirtschaftssystem • Spannungsfeld zwischen Schutz des Arbeitnehmers und Fortführungsinteresse in der Insolvenz • Außergerichtliche Sanierung und insolvenzrechtliche Schranken derselben • Haftungsfragen bei Managemententscheidungen im Umfeld von Krisen
Vermittelte Schlüsselqualifikationen	
<p>Nach erfolgreichem Abschluss dieses Teilmoduls sind die Studierenden in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> • Krisenhafte Unternehmen zu erkennen; • formelle Insolvenzreife zu bestimmen und daraus notwendige Handlungsoptionen zu treffen; • den Ablauf eines Regelinsolvenzverfahrens zu beschreiben; • die Bestimmung, Funktion und Kompetenz des (vorläufigen) Insolvenzverwalters zu erläutern; • Inhalt und Bedeutung des Begriffes Insolvenzmasse zu bestimmen • die Arten der Gläubiger und ihre Ansprüche gegen die Insolvenzmasse im Gesetz zu verorten und zu beschreiben; • Bedeutung, Inhalt und Voraussetzung der insolvenzrechtlichen Anfechtung zu bestimmen • die Auswirkung der Insolvenz auf die betroffenen Arbeitsverhältnisse einzuordnen sowie • die Haftungsgefahren für Managemententscheidungen in Krisenunternehmen zu identifizieren. 	
Inhalte	
<ul style="list-style-type: none"> • Krisenbegriff • Gründe und Auswirkungen von Krisen • Ziel des Insolvenzverfahrens • Begriff der Insolvenz • Insolvenzfähigkeit und Insolvenzgründe • Ablauf des Regelinsolvenzverfahrens • Zulässigkeit und Begründetheit eines Insolvenzantrages • Pflicht zur Stellung eines Insolvenzantrages • Massebegriff und Masseunzulänglichkeit • Die Gläubiger des Schuldners und ihre Ansprüche • Der Arbeitnehmer des insolventen Schuldners • Die Anfechtung gläubigerschädigender Handlungen • Besonderheiten der Planinsolvenz • Haftungsgefahren für Geschäftsführer und Gesellschafter 	
Lehrformen	
Seminaristische Vorlesung mit integrierter Gruppenarbeit	
Teilnahmevoraussetzungen	

Formale: Eingeschriebene(r) Studierende(r) am Fachbereich WiSo des RheinAhrCampus für einen Master-Studiengang.

Inhaltliche: Formal keine. Belastbare Grundkenntnisse des Zivilrechts sind allerdings unabdingbar. Im Zweifel wird empfohlen, zunächst das Modul B 03-a („Wirtschafts- und Arbeitsrecht I“) zu belegen und dann dieses Modul zu wählen.

Prüfungsformen

Klausur

Bewertung

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Prüfungsleistung für das Modul. Das Modul geht mit 3 ECTS in die Gesamtzahl von 120 ECTS-Punkten ein.

Literaturhinweise

Die Studierenden erhalten die vorlesungsbegleitenden Präsentationen des Dozenten als PDF. Für die weitere Vertiefung kann empfohlen werden:

Zimmermann, Grundriss des Insolvenzrechts, 11. Auflage 2018

Haarmeier/Frind, Insolvenzrecht, 5. Auflage 2018

Theiselmann, Praxishandbuch des Restrukturierungsrechts, 1. Auflage 2019

Modul B 04 Unternehmensführung / Internationales Management

Übersicht

Nr.	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
B 04	180 Std.	6 CP	1. Semester (bei Start WS)	jedes Wintersemester	1 Semester

Modulbeauftragte(r)	Lehrende im Modul
Prof. Dr. Nicole Krautkrämer-Merk	Dr. Silke Göddertz Dipl.-Bw. (FH) Georg Reifferscheid Prof. Dr. Nicole Krautkrämer-Merk

Art des Moduls	Veranstaltungsform(en)	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	Lehrsprache
Pflicht	Seminar mit integrierter Übung	96 Std.	84 Std.	ca. 60-80 Stud.	Deutsch/ Englisch

Verwendung des Moduls

Master-Studiengang Betriebswirtschaftslehre (Basismodul)

Master-Studiengang Economic and Social Research (Basismodul)

Master-Studiengang Management, Leadership, Innovation (Basismodul)

Master-Studiengang Sportmanagement (Basismodul)

Lernergebnisse und Kompetenzen

Unternehmensführung (Management) als Gestaltungs- und Lenkungs Handeln auf der Metaebene unternehmerischer Aufgabenerfüllung erfordert besondere Kompetenzen. Die Lösung von Problemen und die Durchsetzung von Entscheidungen unter Komplexitätsbedingungen braucht neben einer ausgeprägten persönlichen Ambiguitätstoleranz ein hohes Maß an Verständnis für die Besonderheiten der Führungsrolle und einen geübten Umgang mit Methoden und Instrumenten für das Handeln unter Unsicherheit. Aktuelle Entwicklungen wie die Internationalisierung, die Transformation hochentwickelter Industrienationen in eine Wissensgesellschaft, die Auflösung einzelbetrieblicher Grenzen und die Flexibilisierung und Virtualisierung betrieblicher Leistungserfüllung müssen in ihren Herausforderungen reflektiert und in das Gestaltungshandeln von Führungskräften integriert werden.

Die Schwerpunkte im Rahmen dieses Moduls verfolgen das Ziel, vor allem die Methoden- und Problemlösungskompetenz der Teilnehmer zu verbessern. Sie sollen ein Gespür für die Besonderheiten des Führungshandelns auf der Metaebene entwickeln und durch Übungen Sicherheit im Umgang mit komplexen Problemsituationen gewinnen. Darüber hinaus sollen sie durch eine kritische Auseinandersetzung mit aktuellen Entwicklungen im Management eigene Positionen definieren und lernen, diese argumentativ in Diskussions- und Entscheidungsprozesse einzubringen.

Kompetenzerwerb

Lernzielstufe	Kursbeitrag
Sozial- und Kommunikationskompetenz	<ul style="list-style-type: none"> Gruppenarbeit und -diskussionen Diskussionen im Plenum Gemeinsame Bearbeitung von Fallstudien Präsentation der Diskussionsergebnisse
Wissenserwerb	<ul style="list-style-type: none"> Kenntnis der wichtigsten Grundbegriffe und Theorie aus der Führungsforschung Kenntnis der Methoden und Ergebnisse der Führungsforschung

	<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnis der wichtigsten Konzepte unternehmerischer, gesellschaftlicher Verantwortung
Wissensvertiefung	<ul style="list-style-type: none"> • Lesen ausgewählter Originaltexte und Fallbeispiele • Vertiefung des Wissens durch Gruppenarbeiten, Praxisbeispiele, Online-Selbsttests
Instrumentale Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> • Anwendung von Theorien, Konzepten und Werkzeugen anhand konkreter Beispiele und Übungsaufgaben • Anwendung von Methoden der Problemlösung und Entscheidungsfindung • Diskussion und Analyse von Trends
Systemische Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> • Beurteilung bestimmter Management- und Führungssituationen • Fähigkeit zur Reflexion, z.B. bezüglich der Relevanz der eigenen Werte und deren Einfluss auf Entscheidungen im Führungskontext, spez. mit Blick auf den Umgang mit ethischen Dilemma-Situationen
Vermittelte Schlüsselqualifikationen Fach-, Methoden- und Sozialkompetenz, Problemstrukturierung, Rezeption von wissenschaftlichen Texten und Methoden, Theorie-Praxis-Transfer	
Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • General aspects of ethics and business and the understanding of the concept of Corporate Social Responsibility (CSR) • Discussion of ethical dilemmas and challenges from a micro- and macro-perspective • Discussion of moral solutions and the process of ethical decision-making on an individual basis • Discussion of the challenges of values-based individual decision making within the business system and different cultural settings • focus of entrepreneurial activities • sales/distribution vs. marketing marketing strategy • strategic planning • LEAN in a non-serial production process • Traditionelle Führungs- und Motivationstheorien • Aktuelle Entwicklungen der Führungsforschung (z.B. geteilte Führung) • Effektivität von Führungsstilen • Agile Unternehmensführung und Ambidextrie • New Work: Demokratisierung, Partizipation und Autonomie • Auswahl und Anwendung von Führungsstilen • Einsatz von Führungsinstrumenten (z.B. Zielvereinbarungen, Gestaltung der Arbeit, Gesprächsführung) • Ethische Aspekte der Führung 	
Lehrformen Seminaristischer und fragend-entwickelnder Unterricht, Fallbeispiele, Präsentation und Diskussion, z. T. inverted Classroom-Konzept: Selbstständiges Literaturstudium und Vorbereitung für die Kontaktzeit mit Fragerunden, Übungen und Fallbeispielen, Online-Tests zur Selbstkontrolle, Gastreferate für den Theorie-Praxis-Transfer	
Teilnahmevoraussetzungen Formale: Eingeschriebene(r) Studierende(r) am Fachbereich WiSo des RheinAhrCampus für einen Master-Studiengang. Inhaltliche: Keine	
Prüfungsformen Portfolioprüfung	

Bewertung

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Prüfungsleistung für das Modul. Diese wird aus den einzelnen Bestandteilen der Portfolioprfung generiert, welche gleichgewichtet in die Modulbewertung eingehen. Es gibt keine Bestehensgrenzen auf Basis der einzelnen Elemente der Portfolioprfung.

Das Modul geht mit 6 ECTS in die Gesamtzahl von 120 ECTS-Punkten ein.

Literaturhinweise

Jung, Rüdiger H. /Heinzen, Mareike / Quarg, Sabine: Allgemeine Managementlehre. Lehrbuch für die angewandte Unternehmens- und Personalführung, 7. Auflage, Berlin 2018

Weiterführende Literaturangaben finden Sie unter Open OLAT.

Modul B 05-a Marketing I

Übersicht

Nr.	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
B 05-a	150 Std.	5 CP	1. Semester	jedes Wintersemester	1 Semester

Modulbeauftragte(r)	Lehrende im Modul
Prof. Dr. Joachim Birzele	Prof. Dr. Joachim Birzele Prof. Dr. Raphael Breidenbach

Art des Moduls	Veranstaltungsform(en)	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	Lehrsprache
Wahlpflicht	Seminar mit integrierter Übung	64 Std.	86 Std.	ca. 60-80 Stud.	Deutsch

Es ist wahlweise entweder das Modul B 05-a oder das Modul B 05-b zu belegen.

Verwendung des Moduls

Master-Studiengang Betriebswirtschaftslehre (Basismodul)

Master-Studiengang Economic and Social Research (Basismodul)

Master-Studiengang Management, Leadership, Innovation (Basismodul)

Master-Studiengang Sportmanagement (Basismodul)

Lernergebnisse und Kompetenzen

Der Auf- und Ausbau langfristiger Wettbewerbsvorteile gilt als zentrale Aufgabe marktorientierter Unternehmensführung, deren Erfüllung die Formulierung und Umsetzung von Marketing-Strategien erfordert. Die erfolgreiche Formulierung und Umsetzung von Marketing-Strategien bedarf in erster Linie einer systematischen Planung. Aufbauend auf der Thematisierung der konzeptionellen Grundlagen und der Erörterung theoretischer Ansätze des strategischen Marketings werden in der Veranstaltung alle Phasen des Strategieprozesses hinsichtlich zentraler Inhalte vorgestellt und Analyse- und Planungstechniken sowie Modelle zur jeweiligen Unterstützung der Entscheidungsfindung aufgezeigt. Neben strategischen Betrachtungen werden weiterhin die Besonderheiten des Dienstleistungsmarketings aufgezeigt und den Studierenden anhand von Praxistransferaufgaben vermittelt. Auf diese Weise sollen das Verständnis für Konzeption, grundlegende Zusammenhänge und Entscheidungsaufgaben des Marketings gefördert und Kenntnisse der Methoden und Modelle zur Bewältigung der Entscheidungsaufgaben im Marketing vermittelt werden.

Kompetenzerwerb

Lernzielstufe	Kursbeitrag
Sozial- und Kommunikationskompetenz	<ul style="list-style-type: none"> Vorträge Gruppenarbeit Diskussion im Plenum Präsentationsübungen
Wissenserwerb	<ul style="list-style-type: none"> Kenntnis der Grundlagen des Marketingmanagements Einordnung des Marketings in betriebswirtschaftliche Entscheidungsprozesse Besonderheiten der strategischen Planung Besonderheiten des Dienstleistungsmarketings
Wissensvertiefung	<ul style="list-style-type: none"> Vertiefung des Wissens durch Praxisbeispiele, durch aktuelle best-Practice Beispiele
Instrumentale Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> Anwendung von Theorien und Methoden in Übungen Übertragen ausgewählter Instrumente auf die berufliche Praxis

Systemische Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> • Erkennen und Beurteilen der Interaktion des Marketings mit anderen betrieblichen Bereichen • Erkennen und Beurteilung des Zusammenspiels von internen und externen Akteuren im Marketingbereich
<p>Vermittelte Schlüsselqualifikationen</p> <p>Analysefähigkeit zur Ermittlung des marketingrelevanten Kerns strategischer Überlegungen. Erlernen der Fähigkeit des systematischen und positiven Einsatzes diverser Marketinginstrumente. Erlernen einer internen und externen Betrachtungsperspektive auf das Marketing und deren Umsetzung in handlungskritische Entscheidungen.</p>	
<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des strategischen Marketings (Ziele und Strategien, Paradigmen im strat. Management, Produkt-Markt-Definition, Strategischer Wettbewerbsvorteil), • Strategischer Planungsprozess: Aufgaben und zentrale Methoden, Situationsanalyse (globale Umwelt, Wettbewerbsumwelt, Ressourcenanalyse, Konkurrentenanalyse), strat. Optionen (Diversifikation, Portfoliomodelle, Internationalisierung, Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien, Formulierung und Bewertung von Marketing-Strategien), Realisation und Kontrolle (Strategierealisierung, Internes Marketing, Strategische Kontrolle, Marketing-Controlling). • Fallstudien zur Anwendung der Aspekte des strategischen Marketings • Besonderheiten und Grundlagen des Dienstleistungsmarketing • Operatives Dienstleistungsmarketing, • Vertiefung eines speziellen Marketingthemas. 	
<p>Lehrformen</p> <p>Fragend-entwickelnder Unterricht mit Fallbeispielen.</p>	
<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formale: Eingeschriebene(r) Studierende(r) am Fachbereich WiSo des RheinAhrCampus für einen Master-Studiengang.</p> <p>Inhaltliche: keine</p>	
<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur</p>	
<p>Bewertung</p> <p>Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Prüfungsleistung für das Modul. Das Modul geht mit 5 ECTS in die Gesamtzahl von 120 ECTS-Punkten ein.</p>	
<p>Literaturhinweise</p> <p>Birzele, J. /Thieme, L. (2007): Sozialmarketing. Wochenschau-Verlag.</p> <p>Kotler, P./Keller, K.L./Opresnik, M.O.: Marketing-Management: Konzepte-Instrumente-Unternehmensfallstudien, Pearson, 15. Aktualisierte Auflage, München 2017.</p> <p>Meffert, H., Bruhn, M.: Dienstleistungsmarketing, Springer, Wiesbaden 2018.</p> <p>Solomon, M.: Konsumentenverhalten, Pearson, 11. aktualisierte Aufl., München 2016.</p>	

Modul B 05-b Marketing II

Übersicht

Nr.	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
B 05-b	150 Std.	5 CP	1. Semester	jedes Wintersemester	1 Semester

Modulbeauftragte(r)	Lehrende im Modul
Prof. Dr. Joachim Birzele	Online Marketing: Dipl.-Kauffrau Patricia Grah International Marketing: N.N.

Art des Moduls	Veranstaltungsform(en)	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	Lehrsprache
Wahlpflicht	Seminar mit integrierter Übung	64 Std.	86 Std.	ca. 60-80 Stud.	Online Marketing: Deutsch International Marketing: Englisch

Es ist wahlweise entweder das Modul B 05-a oder das Modul B 05-b zu belegen.

Verwendung des Moduls

Master-Studiengang Betriebswirtschaftslehre (Basismodul)

Master-Studiengang Economic and Social Research (Basismodul)

Master-Studiengang Management, Leadership, Innovation (Basismodul)

Master-Studiengang Sportmanagement (Basismodul)

Lernergebnisse und Kompetenzen

Marketing stellt eine zentrale Ebene im betriebswirtschaftlichen Ablauf dar. Um den Absatz- bzw. den Beschaffungsmarkt näher zu bestimmen, sind wichtige Kenntnisse hierbei zu berücksichtigen.

Da sich in einer rasant entwickelnden digitalisierenden Betriebswelt ständig neue Marketingherausforderungen stellen, soll in diesem Modul neue Entwicklungen angesprochen werden, diese anhand von Praxisaufgaben behandelt und besprochen werden sowie ableitende Handlungskompetenzen dargestellt werden. Ebenso werden die wichtigsten Elemente des internationalen Marketings in Betracht bezogen und die wesentlichen Bestandteile sowie deren Implikationen auf den Wettbewerbsmarkt diskutiert.

Beim Marketingmanagement stehen die Entscheider vor komplexen Problemen, die es so erfolgversprechend wie möglich zu lösen gilt. Dabei sind Planungen überlebenswichtig, die Formulierung von Strategien und die Ausarbeitung von Konzepten selbstverständlich. Angehende ManagerInnen kennen diese Voraussetzungen, sollten aber auch Erfahrung im Umgang mit Strategien, Konzepten und Verfahren bekommen und deren Umgang verinnerlicht haben. Als Verfahren werden u.a. die Netzplantechnik angewendet, verschiedene Preis-/Absatzfunktionen betrachtet, Mediaplanungen konzipiert, Vertriebswegeentscheidungen differenziert oder eine Kunden-Rentabilitätsbetrachtung durchgeführt.

Kompetenzerwerb

Lernzielstufe	Kursbeitrag
Sozial- und Kommunikationskompetenz	<ul style="list-style-type: none"> • Vorträge • Gruppenarbeit • Diskussion im Plenum • Präsentationsübungen

Wissenserwerb	<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnis der Grundlagen neuer Marketingmanagementansätze • Einordnung des Marketings in betriebswirtschaftliche Entscheidungsprozesse • Besonderheiten neuerer Planungselemente
Wissensvertiefung	<ul style="list-style-type: none"> • Vertiefung des Wissens durch Praxisbeispiele, durch aktuelle Best-Practice Beispiele
Instrumentale Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> • Anwendung von Theorien und Methoden in Übungen • Übertragen ausgewählter Instrumente auf die berufliche Praxis
Systemische Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> • Erkennen und Beurteilen der Interaktion des Marketings mit anderen betrieblichen Bereichen • Erkennen und Beurteilung des Zusammenspiels von internen und externen Akteuren im Marketingbereich
<p>Vermittelte Schlüsselqualifikationen</p> <p>Analysefähigkeit zur Ermittlung des marketingrelevanten Kerns neuerer Marketingansätze. Erlernen der Fähigkeit des systematischen und positiven Einsatzes diverser Marketinginstrumente. Erlernen einer internen und externen Betrachtungsperspektive auf das Marketing und deren Umsetzung in handlungskritische Entscheidungen.</p>	
<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des strategischen Onlinemarketings (Ziele und Strategien, Paradigmen im strat. Management, Produkt-Markt-Definition, Strategischer Wettbewerbsvorteil), • Social-Media-Marketing Fallstudien zur Anwendung der Aspekte des strategischen Marketings • Bannerwerbung (Online-Werbung, Digitale Werbung) • Suchmaschinenwerbung mit Google AdWords • Affiliate- und Performance Marketing • Die Phasen des Internationalen Marketings • Marketing Management und deren Instrumente sowie Implikationen für angehende Marketing-ManagerInnen 	
<p>Lehrformen</p> <p>Fragend-entwickelnder Unterricht mit Fallbeispielen.</p>	
<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formale: Eingeschriebene(r) Studierende(r) am Fachbereich WiSo des RheinAhrCampus für einen Master-Studiengang.</p> <p>Inhaltliche: keine</p>	
<p>Prüfungsformen</p> <p>Hausarbeit mit ergänzender mündlicher Prüfung</p>	
<p>Bewertung</p> <p>Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Prüfungsleistung für das Modul. Das Modul geht mit 5 ECTS in die Gesamtzahl von 120 ECTS-Punkten ein.</p>	
<p>Literaturhinweise</p> <p>Ellen Roemer (2014): Internationals Marketing</p> <p>Zentes, J. / Swoboda, B./Schramm-Klein, H (2013): Internationals Marketing</p> <p>Czinkota, M. R. / Ronkainen, I. A. (2009): International Marketing, 9th edition</p> <p>Grundlagen des Marketing, Philip Kotler, Gary Armstrong, Veronica Wong, John Saunders</p>	

Marketingmanagement: Strategie, Instrumente, Umsetzung, Unternehmensführung, Christian Homburg, Harley Krohmer (Gabler 2009)

Marketing (Meffert Marketing Edition): Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte - Instrumente - Praxis-beispiele. Mit neuer Fallstudie VW Golf, Christoph Burmann/Heribert Meffert

Marketing-Management: Strategien für wertschaffendes Handeln, Philip Kotler

Internationales Marketing-Management: ein markenorientierter Ansatz, Heribert Meffert, Christoph Burmann, Christian Becker (Kohlhammer 2010)

Modul B 06-a Controlling, Investition und Finanzierung, Rechnungswesen I

Übersicht

Nr.	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
B 06-a	180 Std.	6 CP	2. Semester (Studienbeginn im WS)	jedes Sommersemester	1 Semester

Modulbeauftragte(r)	Lehrende im Modul
Prof. Dr. Mathias Graumann	Prof. Dr. Michael Berken Prof. Dr. Mathias Graumann Prof. Dr. Torsten Wengel

Art des Moduls	Veranstaltungsform(en)	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	Lehrsprache
Pflicht	Seminar mit integrierter Übung	96 Std.	84 Std.	ca. 60-80 Stud.	Deutsch

Verwendung des Moduls

Master-Studiengang Betriebswirtschaftslehre (Basismodul)

Master-Studiengang Economic and Social Research (Basismodul)

Master-Studiengang Management, Leadership, Innovation (Basismodul)

Master-Studiengang Sportmanagement (Basismodul)

Lernergebnisse und Kompetenzen

Gegenstand des Moduls ist die Vermittlung praxisbezogenen Methodenwissens in Bezug auf die Struktur, Funktion und Implementierung zeitgemäßer Planungs-, Steuerungs- und Kontrollsysteme, die zur Unterstützung einer nachhaltig ausgerichteten Unternehmensführung notwendig sind.

Daneben werden die Grundbegriffe der internationalen Rechnungslegungsvorschriften (IAS/IFRS) und wesentliche Abweichungen zu den nationalen Rechtsvorschriften vermittelt. Hierzu wird ein gehobenes betriebswirtschaftliches Methodenwissen in den Kerndisziplinen des Rechnungswesens, der Investition und Finanzierung sowie des Controllings vermittelt, wobei besondere Bedeutung einer integrativen Verknüpfung der betrieblichen Steuerungsebenen beigemessen wird.

Aufbauend auf den im Rahmen des Bachelor-Studiums behandelten Lehrinhalten werden den Studierenden die für einen Berufseinstieg in den Bereichen Geschäftsführungsassistent, Controlling, Planung, Reporting etc. notwendigen branchenübergreifenden Grundkenntnisse vermittelt. Nunmehr stehen die strategischen, führungsorientierten Inhalte im Vordergrund. Die Rechnungslegungskenntnisse werden um eine Internationalisierungskomponente erweitert.

Die Studierenden erschließen sich branchenübergreifende Grundzüge des strategischen Planungs-, Steuerungs- und Kontrollinstrumentariums zum Zwecke der nachhaltigen Existenzsicherung der Unternehmen. Sie sind in der Lage, für Geschäftsmodelle Chancen und Risiken, Stärken und Schwächen zu identifizieren und zu operationalisieren. Sie werden befähigt, auf dieser Grundlage eine auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Strategieplanung und -umsetzung vornehmen zu können.

Den Studierenden wird entlang eines aufgezeigten typischen Finanzierungsprozesses das gesamte Spektrum der Finanzierungsinstrumente vorgestellt. In diesem Zusammenhang werden die situationspezifische Eignung und Einsatzmöglichkeiten verdeutlicht. Die Verfahren der statischen und dynamischen Investitionsrechnung werden anhand von Fallbeispielen vertieft. Dabei werden

auch die Vorgehensweise für wertorientierte Investitionsentscheidungen und der Zusammenhang zwischen Wertorientierung, Unternehmenswert und -wertsteigerung aufgezeigt und demonstriert.

Die Studierenden sollen einen Überblick über die internationale Rechnungslegung (IAS/IFRS) hinsichtlich Ansatz, Bewertung und Ausweis erlangen und hierdurch auch die Unterschiede zur deutschen (handelsrechtlichen) Rechnungslegung verdeutlicht bekommen. Insofern sollen sie auch Möglichkeiten und Grenzen der Bilanzierung nach internationalen Regeln kennen. Hierdurch sollen die Geschäftsvorfälle unter Berücksichtigung der Rechtsvorschriften im IFRS-Abschluss rechtskonform abgebildet werden können.

Kompetenzerwerb

Lernzielstufe	Kursbeitrag
Sozial- und Kommunikationskompetenz	<ul style="list-style-type: none"> Gemeinsame Bearbeitung von Fallstudien Diskussionen im Plenum
Wissenserwerb	<ul style="list-style-type: none"> Kenntniserwerb über Aufgaben und Instrumente des strategischen Controllings, der Investition und Finanzierung und des Rechnungswesens Kenntniserwerb über einschlägige Konzepte des strategischen Controllings, der Investition und Finanzierung und des Rechnungswesens Kenntnis über den Aussagewert der Konzepte in Bezug auf unternehmerische Problemsituationen und Handlungsbedarfe
Wissensvertiefung	<ul style="list-style-type: none"> Lesen und Bearbeiten ausgewählter Rechtsvorschriften, Originaltexte und Fallstudien Diskussion der vermittelten Inhalte anhand von Fallstudien und Best-practice-Beispielen
Instrumentale Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> Modellierung, Quantifizierung und Beurteilung unternehmerischer Problemsituationen auf Basis von praxisbezogenen Fallstudien Erkennung von Defiziten und Optimierungspotenzialen aus Sicht des Managements Berechnung von Entscheidungsparametern sowie Ableitung von Handlungsalternativen nebst deren Bewertung
Systemische Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> Beurteilung bestimmter Managementsituationen Reflexion über Anwendbarkeit und Aussagewert der Konzepte in bestimmten Branchen, Geschäftsmodellen oder Unternehmenssituationen

Vermittelte Schlüsselqualifikationen

Vertiefung von betriebswirtschaftlichen Grundkenntnissen in Richtung Führungswissen. Aufbau auch spezieller und komplexer Sach- und Methodenkompetenz, Analytisches Denkvermögen, Wirtschaftliches Denken und Handeln.

Fähigkeit zur Komplexitätsreduktion, Entwicklung von Ursache-Wirkungs-Beziehungen, Erarbeitung von Handlungsalternativen und deren Evaluation in Problemsituationen, Fähigkeit zum Theorie-Praxis-Transfer, Entwicklung von Führungskompetenzen, Sozial- und Diskussionskompetenz.

Inhalte

Deutscher Corporate Governance Kodex, nachhaltige Leitungsstrukturen, unentziehbare Leitungsaufgaben des Vorstands. Grundtatbestände des strategischen Controllings. Identifikation der Stakeholder, deren Ziele und Zielkonflikte. Ableitung eines Leitbilds.

Controlling des „Unternehmenswerts“ und der „Nachhaltigkeit“. Nachhaltige Zielkennzahlen und deren Abbildung im Vergütungssystem. Analyse von Vergütungsberichten auf Nachhaltigkeit. Finanzielle und nichtfinanzielle Leistungsindikatoren, nichtfinanzielle Berichterstattung.

Controlling der Umwelt- und Marktbedingungen: Szenario-Analyse, PEST-Analyse, SWOT-Analyse, Operationalisierung der „five forces“ und der „Wertkette“, SWOT-Interaktionsmatrix, Gap-Analyse und nachhaltige Wachstumsstrategien (Ansoff). Kernkompetenz-Ansatz (Hamel/Prahalad). Planung und Kontrolle von Normstrategien (Porter). Strategien im gesättigten und schrumpfenden Markt.

Strategisches Controlling auf Ebene strategischer Geschäftsfelder: Produktlebenszyklus-Planung, Erfahrungskurven-Analyse, Portfolio-Planung und -Analyse, Segmentberichterstattung und deren Analyse. Wertorientierte Steuerung von Segmenten zur nachhaltigen Unternehmensentwicklung.

Strategisches Controlling auf Produktebene: Nachhaltige Produktinnovationen/Produktdesign mittels Lebenszykluskostenrechnung, Wertanalyse, Zielkostenrechnung (target costing).

Balanced Scorecard (BSC) als integrierendes Controlling-Instrument. Strategiebildung, -umsetzung und Reporting mittels Einsatz der BSC, Integration von Nachhaltigkeitszielen in die BSC.

Unternehmensfinanzierung mit Eigen- und Fremdkapital (inkl. Mischformen), Finanzsurrogate, Finanzderivate, Kreditwürdigkeit, Basel II, Kreditsicherung, Vertiefung statischer und dynamischer Investitionsrechnungsverfahren.

Grundlagen und Systematik der Rechnungslegung nach IAS/IFRS. Darstellung der einzelnen Instrumente sowie der Ansatz und Bewertungsvorschriften sowie ein Vergleich zum Handelsrecht. Des Weiteren ein Vergleich bzw. Ermittlung der Unterschiede zum Handelsrecht.

Lehrformen

Fragend-entwickelnder Unterricht mit integrierten Übungen und einer Vielzahl aufeinander abgestimmter Übungsbeispiele und Fallstudien. Literaturstudium. Eigenständige Recherche, Auswertung und Würdigung von Unternehmenspublikationen.

Im Bereich „Strategisches Controlling“ Einsatz eines umfassenden vorlesungsbegleitenden Online-Tests sowie von Video-Screencasts auf OLAT. Zahlreiche vorlesungsbegleitende Übungs- und Fallstudiendokumente.

Teilnahmevoraussetzungen

Formale: Eingeschriebene(r) Studierende(r) am Fachbereich WiSo des RheinAhrCampus für einen Master-Studiengang.

Inhaltliche: Üblicherweise in einem Bachelor-Studium vermittelte Grundkenntnisse zum externen Rechnungswesen, zu Controlling, Investition und Finanzierung werden vorausgesetzt.

Im Bedarfsfall wird auf die Bücherempfehlungen für „Nicht-BWLER“ (vgl. <https://www.hs-koblenz.de/rac/fachbereiche/wiso/betriebswirtschaftslehre-ma/studienaufbau/studieninhalte-praxisphase/>) oder den vorherigen Besuch entsprechender Veranstaltungen in den am Fachbereich WiSo des RheinAhrCampus angebotenen Bachelor-Studiengängen verwiesen.

Prüfungsformen

Klausur

Bewertung

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Prüfungsleistung für das Modul. Das Modul geht mit 6 ECTS in die Gesamtzahl von 120 ECTS-Punkten ein.

Literaturhinweise

Strategisches Controlling:

Textbücher zur Veranstaltung sind (jeweils Kapitel I. und II. sowie teilweise IV.):

- Graumann, M: Controlling – Begriff, Elemente, Methoden und Schnittstellen, 6. Aufl., Herne 2022
- Graumann, M: Fallstudien zum Controlling, 5. Aufl., Herne 2022.

Es wird nur nach der neuesten Auflage vorgegangen!

Weitere empfohlene Literatur:

- Baum, H.-G.; Coenenberg, A.G.; Günther, T.: Strategisches Controlling, 5. Aufl., Stuttgart 2014
- Bea, F.X.; Haas, J.: Strategisches Management, 10. Aufl., Stuttgart 2019

- Fischer, T.M.; Möller, K.; Schultze, W.: Controlling - Grundlagen, Instrumente und Entwicklungsperspektiven, 2. Aufl., Stuttgart 2015
- Horvath, P.; Gleich, R.; Seiter, M.: Controlling, 15. Aufl., München 2024
- Horvath, P.; Gleich, R.; Voggenreiter, D.: Controlling umsetzen, 5. Aufl., Stuttgart 2012
- Horváth & Partners (Hrsg.): Balanced Scorecard umsetzen, 4. Aufl., Stuttgart 2007
- Joos, T.: Controlling, Kostenrechnung und Kostenmanagement, 5. Aufl., Wiesbaden 2014
- Littkemann, J.; Derfuß, K.; Holtrup, M. (Hrsg.): Unternehmenscontrolling - Praxishandbuch für den Mittelstand, 2. Aufl., Herne 2018
- Reichmann, T.; Kißler, M.; Baumöl, U.: Controlling mit Kennzahlen und Managementberichten, 9. Aufl., München 2017
- Weber, J.; Schäffer, U.: Einführung in das Controlling, 17. Aufl., Stuttgart 2022
- Weber, J.; Schäffer, U.; Binder, C.: Einführung in das Controlling - Übungen und Fallstudien mit Lösungen, 5. Aufl., Stuttgart 2022
- Welge, M.; Al-Laham, A.: Strategisches Management, 8. Aufl., Berlin 2024.

Investition und Finanzierung:

- Bitz, M.; Ewert, J.; Terstege, U.: Investition. Multimediale Einführung in finanzmathematische Entscheidungskonzepte, Wiesbaden
- Drees-Behrens, C.; Kirspel, M.; Schmidt, A.; Schwanke, H.: Finanzmathematik, Investition und Finanzierung: Aufgaben und Fälle, Wien
- Gräfer, H.; Beike, R.; Scheld, G.: Finanzierung - Grundlagen, Institutionen, Instrumente und Kapitalmarkttheorie, Berlin
- Olfert, K.: Investition, Ludwigshafen
- Zischg, K.: Praxishandbuch Investition, Wien,

jeweils in der aktuellsten Auflage.

Internationale Rechnungslegung:

- Baetge/Kirsch/Thiele: Bilanzen, Düsseldorf
- Bohl/Riese/Schlüter: Beck'sches IFRS-Handbuch, München
- Born: Rechnungslegung nach IAS, US-GAAP und HGB, Stuttgart
- Coenenberg: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Landsberg
- Ditges/Arendt: Internationale Rechnungslegung nach IFRS – Kompakt-Training, Leipzig
- Lüdenbach/Hoffmann: IAS/IFRS, Freiburg
- Pellens: Internationale Rechnungslegung, Stuttgart
- Renneke: Internationale Bilanzanalyse, München
- Wengel: IFRS kompakt, München/Wien,

jeweils in der aktuellsten Auflage.

Den Studierenden wird eine Vielzahl von Praxisbeispielen und Fallstudien auf der Lernplattform zum Selbststudium zugänglich gemacht.

Teilstudienplan Controlling, Investition und Finanzierung, Rechnungswesen II

Übersicht

Es ist ein Modul zu wählen. Wahlmodule in der PO, die in jedem Sommersemester angeboten werden:

B 06-b Controlling, Investition und Finanzierung, Rechnungswesen II (Wahlpflichtbereich)				
..01	Projektarbeit Aspekte der Investition und Finanzierung und des Change Managements	5 ECTS	4 SWS	HA
..02	Risikomanagement	5 ECTS	4 SWS	KL 120
..03	Ausgewählte Aspekte der Rechnungslegung und Besteuerung	5 ECTS	4 SWS	HA

Die Liste der Wahlmodule ist nicht ausschließlich.

Lernergebnisse/Kompetenzen

Den Studierenden werden aktuelle und vertiefende Rechnungslegungs-, Management- und Controllingansätze aufbauend auf den im Pflichtmodul vermittelten Inhalten vermittelt. Sie werden befähigt, Schieflagen und Fehlsteuerungen vor dem Hintergrund rasch wechselnder Rahmenbedingungen zu erkennen sowie Maßnahmen zu deren Vermeidung zu entwickeln und zu evaluieren.

Den Studierenden werden angesichts zunehmender globaler Wettbewerbsveränderungen die Methoden des Change Managements für eine Umsetzung unverzichtbarer Unternehmensveränderungen zur Rentabilitätssicherung vermittelt.

Die Studierenden beherrschen grundlegende Verfahren der Jahresabschlusspolitik, -planung und -analyse in Theorie und Praxis, welche eine originäre Aufgabe der Geschäftsführung darstellen. Daneben werden auch aktuelle und vertiefende Aspekte der Unternehmensbesteuerung behandelt.

Die Studierenden erlernen, Frühwarn-, Risiko- und Überwachungssysteme zu implementieren bzw. zu betreiben, um wesentliche das Unternehmen gefährdende Entwicklungen früh erkennen, die Einhaltung der Geschäftspolitik unterstützen sowie die Zuverlässigkeit der betrieblichen Prozesse gewährleisten zu können. Sie sind in der Lage, Risiken zu quantifizieren und lernen, Entscheidungen hinsichtlich einer Risikostruktur zu bewerten sowie Handlungsalternativen hinsichtlich ihrer Auswirkungen zu beurteilen. Sie erhalten einen Einblick in Konzepte der wertorientierten Unternehmensführung.

Vermittelte Schlüsselqualifikationen

Vertiefung von betriebswirtschaftlichen Grundkenntnissen in Richtung Führungswissen. Aufbau auch spezieller und komplexer Sach- und Methodenkompetenz, Analytisches Denkvermögen, Wirtschaftliches Denken und Handeln.

Fähigkeit zur Komplexitätsreduktion, Entwicklung von Ursache-Wirkungs-Beziehungen, Erarbeitung von Handlungsalternativen und deren Evaluation in Problemsituationen, Fähigkeit zum Theorie-Praxis-Transfer, Entwicklung von Führungskompetenzen. Präsentationsfähigkeit, Sozial- und Diskussionskompetenz.

Inhalte

Ergeben sich aus den Beschreibungen der jeweiligen Module.

Lehrformen

Der differenzierte Einsatz des Spektrums unterschiedlicher Lehrformen ergibt sich aus den Beschreibungen der jeweiligen Module.

Teilnahmevoraussetzungen

Formale: Eingeschriebene® Studierende® am Fachbereich WiSo des RheinAhrCampus für einen Master-Studiengang.

Inhaltliche: Ergeben sich aus den Beschreibungen der jeweiligen Module. Üblicherweise in einem Bachelor-Studium vermittelte Grundkenntnisse zum externen Rechnungswesen, zu Controlling, Investition und Finanzierung werden vorausgesetzt. Im Bedarfsfall wird auf die Bücherempfehlungen für „Nicht-BWLER“ (vgl. <https://www.hs-koblenz.de/rac/fachbereiche/wiso/betriebswirtschaftslehre-ma/studienaufbau/studieninhalte-praxisphase/>) verwiesen.

Prüfungsformen

Ergeben sich aus den Beschreibungen der jeweiligen Module.

Bewertung

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Prüfungsleistung für das jeweilige Modul. Es ist ein Modul zu wählen.

Der Teilstudienplan geht mit 5 ECTS in die Gesamtzahl von 120 ECTS-Punkten ein.

Literaturhinweise

Ergeben sich aus den Beschreibungen der jeweiligen Module.

Modul B 06-b.01 Projektarbeit Aspekte der Investition und Finanzierung und des Change Managements

Übersicht

Nr.	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
B 06-b.01	150 Std.	5 CP	2. Semester (Studienbeginn im WS)	jedes Semester	1 Semester

Modulbeauftragte®	Lehrende im Modul
Prof. Dr. Michael Berken	Prof. Dr. Michael Berken

Art des Moduls	Veranstaltungsform(en)	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	Lehrsprache
Wahlpflicht	Projektarbeit	64 Std.	86 Std.	15 Stud.	Deutsch

Verwendung des Moduls

Master-Studiengang Betriebswirtschaftslehre (Basismodul)

Master-Studiengang Economic and Social Research (Basismodul)

Master-Studiengang Management, Leadership, Innovation (Basismodul)

Master-Studiengang Sportmanagement (Basismodul)

Lernergebnisse und Kompetenzen

Investition (Kapitalbedarf) und Finanzierung (Kapitaldeckung) gilt es stets sorgsam auszuwählen. So haben Unternehmen doch das Ziel, eine möglichst hohe Rentabilität zu erreichen. Mit anderen Worten mit möglichst wenig Kapitalbedarf (Investition) und dessen notwendiger Kapitaldeckung (Finanzierung) möglichst viel Gewinn zu erzielen. Denn nur auf diesem Wege ist die Kapitalrentabilität (Gewinn/Kapital) zu maximieren.

Aber die Sicherung und Steigerung der Rentabilität wird immer schwieriger. Das liegt daran, dass sich die Wettbewerbsbedingungen immer schneller verändern. Denn die Wirtschaft steckt durch eine rasante Entwicklung in den Bereichen Digitalisierung, Globalisierung sowie Share- und Stakeholder Value im größten Wandel seit der industriellen Revolution.

Vor diesem Hintergrund erfahren die Studierenden, dass Change Management eine der größten Herausforderungen unserer Zeit ist. Dabei ist Change Management zu verstehen als ein Prozess der fortlaufenden Planung und Umsetzung tiefgreifender Veränderungen mit dem Ziel der Rentabilitätssicherung und -steigerung. Von entscheidender Bedeutung ist hierbei, die rentabelsten Investitionen rechtzeitig zu erkennen, geeignete auszuwählen und zu tätigen. Und dafür notwendige Veränderungsprozesse, also das Change Management, erfolgreich umzusetzen.

Angesichts dieser Aufgabenstellung lernen die Studierenden bedeutende Methoden des Change Managements kennen: „Blue Ocean Strategy“ von Kim und Mauborgne, „Der Weg zu den Besten“ von Collins“, „Vier Disziplinen der Umsetzung“ von Covey“, „St. Galler Business Model Generator“ von Gassmann, „Business Model Generator“ von Osterwalder, „6-Elemente-Geschäftsmodell (Marktpositionierung, Gewinnmodell, strategische Absicherung, Ressourcenfokus, Organisationssystem, Unternehmenskultur)“ von Slywotzky, „EFQM-Modell“ der European Foundation for Quality Management, „Strategie-Tableau“ von Bürkle, „Unternehmenskultur“ nach Schein und „Balanced Scorecard“ von Kaplan.

Weiterhin vergleichen die Studierenden in einer zu verfassenden Projektarbeit bestimmte Methoden bzgl. Ihrer Eignung zur Rentabilitätssteigerung. Und darüber hinaus sollen in der Projektarbeit Methoden vertieft werden, indem deren Möglichkeiten zur Rentabilitätssteigerung an einem zu wählenden Fallbeispiels (reales/fiktives Unternehmen) aufgezeigt werden.

Kompetenzerwerb

Lernzielstufe	Kursbeitrag
Sozial- und Kommunikationskompetenz	<ul style="list-style-type: none"> Abfassung einer Hausarbeit (Projektarbeit) gemäß wissenschaftlicher Standards (Gemeinsame) Bearbeitung von Fallbeispielen
Wissenserwerb	<ul style="list-style-type: none"> Kenntniserwerb über Identifikation, Analyse und Auswahl rentabler Investitionsmöglichkeiten aus der Sicht von Investition und Finanzierung Kenntniserwerb über Methoden des Change Managements bezüglich Erkennung und Auswahl von Investitionen, die die Rentabilität von Unternehmen sichern und steigern Kenntniserwerb über Bewertung und Auswahl von geeigneten Methoden des Change Managements zur Rentabilitätssteigerung Kenntniserwerb über Transfer und Umsetzungsmöglichkeiten der Methoden des Change Managements zur Rentabilitätssteigerung anhand eines beispielhaften Unternehmens (Fallbeispiel)
Wissensvertiefung	<ul style="list-style-type: none"> Vertiefung des Wissens durch Praxisbeispiele und auszuwählendes Fallbeispiel Verständnis für den Einsatz der Methoden des Change Managements Verständnis für die Bedeutung der Methoden des Change Managements hinsichtlich einer Rentabilitätssteigerung
Instrumentale Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> Vertiefung des Wissens über die Methoden des Change Managements zur Rentabilitätssteigerung anhand des beispielhaften Unternehmens (Fallbeispiel) Vertiefung des Wissens über die Bewertung und Auswahl von geeigneten Methoden des Change Managements zur Rentabilitätssteigerung Anwendungskompetenz durch Übertragung der vermittelten Methoden des Change Managements auf ein auszuwählendes Fallbeispiel
Systemische Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> Beurteilung komplexer Probleme in Managementsituationen Integrative Lösungskompetenz bei komplexen Problemen

Vermittelte Schlüsselqualifikationen

Vertiefung von betriebswirtschaftlichen Grundkenntnissen für die nachhaltige Entwicklung von ergebnisorientiertem Management Know-how.

Sach- und Methodenkompetenz, analytisches Denkvermögen, wirtschaftliches Denken und Handeln, Fähigkeit zur Komplexitätsreduktion und zur Entwicklung von Ursache-Wirkungs-Beziehungen, Erarbeitung von Handlungsmöglichkeiten und deren Evaluation in komplexen Problemsituationen, Fähigkeit zum Theorie-Praxis-Transfer.

Inhalte

Grundlagen der Identifikation und Auswahl von geeigneten Investitionen zur Rentabilitätssteigerung. Vermittlung der Notwendigkeit, sich den schnell verändernden Wettbewerbsbedingungen mit einem Change Management erfolgreich anzupassen, um die Rentabilität zu sichern.

Vermittlung, vergleichende Bewertung und Auswahl geeigneter Methoden für ein Change Management, zum Beispiel: „Blue Ocean Strategy“ von Kim und Mauborgne, „Der Weg zu den Besten“ von Collins“, „Vier Disziplinen der Umsetzung“ von Covey“, „Business Model Generator“ von Osterwalder, „6-Elemente-Geschäftsmodell (Marktpositionierung, Gewinnmodell, strategische Absicherung, Ressourcenfokus, Organisationssystem, Unternehmenskultur)“ von Slywotzky, „Strategie-Tableau“ von Bürkle, „Unternehmenskultur“ nach Schein und „Balanced Scorecard“ von Kaplan.

Veranschaulichung der Möglichkeiten von bestimmten Methoden des Change Managements zur Rentabilitätssteigerung am Beispiel eines auszuwählenden Unternehmens (Fallbeispiel).

Lehrformen

Verfassen einer Projektarbeit (Hausarbeit), auch als Gruppenarbeit, basierend auf wissenschaftlichen Standards für ein beispielhaftes Unternehmen (Fallbeispiel). Übertragung der vermittelten Methoden des Change Managements auf ein auszuwählendes Fallbeispiel mit Veranschaulichung der Möglichkeiten zur Rentabilitätssteigerung. Literaturstudium und -

auswertung. Eigenständige (Online-)Recherche, Auswertung und Beurteilung von Unternehmensveröffentlichungen.

(Die Themenvergabe erfolgt durch den Dozenten.)

Teilnahmevoraussetzungen

Formale: Eingeschriebene® Studierende® am Fachbereich WiSo des RheinAhrCampus für einen Master-Studiengang.

Inhaltliche: Unternehmensführung / Internationales Management (Modul B 04, 1. Semester), Organisationsentwicklung / Personalwirtschaft (Modul B 02, 1. Semester)

Prüfungsformen

Hausarbeit

Bewertung

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Prüfungsleistung für das Modul. Das Modul geht mit 5 ECTS in die Gesamtzahl von 120 ECTS-Punkten ein.

Literaturhinweise

- Collins, J.: Der Weg zu den Besten, Frankfurt a. M.,
- Covey, S.; McChesney, C.: Die 4 Disziplinen der Umsetzung, München,
- Bürkle, H.: Mythos Strategie, Wiesbaden,
- Doppler, K.; Lauterburg, C.: Change Management: Den Unternehmenswandel gestalten, Frankfurt,
- Doppler, K.; Fuhrmann, H.; Lebbe-Waschke, B.; Voigt, B.: Unternehmenswandel gegen Widerstände: Change Management mit den Menschen; Frankfurt a. M.,
- Gassmann, O.: Geschäftsmodelle entwickeln, München,
- Homma, N.; Bauschke, R.: Unternehmenskultur und Führung: Den Wandel gestalten-Methoden, Prozesse, Tools, Wiesbaden,
- Kaplan, R. S.; Norton, D. P.: Strategiefokussierte Organisation: Führen mit der Balanced Scorecard, Stuttgart,
- Kaplan, R. S.; Norton, D. P.: Balanced Scorecard: Strategien erfolgreich umsetzen, Stuttgart,
- Kim, W. C.; Mauborgne, R.: Der Blaue Ozean als Strategie, München,
- Kostka, C.; Mönch, A.: Change Management: 7 Methoden für die Gestaltung von Veränderungsprozessen, München,
- Kotter, J. P.; Seidenschwarz, W.: Leading Change: Wie Sie Ihr Unternehmen in acht Schritten erfolgreich verändern, München,
- Meier, M., Sinzig, W.; Mertens, P.: SAP Strategic Enterprise Management / Business Analytics: Integration von strategischer und operativer Unternehmensführung (SAP Kompetent), Berlin,
- Müller-Stewens, G.; Lechner, C.: Strategisches Management: Wie strategische Initiativen zum Wandel führen, Stuttgart,
- Moll, A.; Kohler, G.: Excellence- Handbuch. Grundlagen und Anwendung des EFQM Excellence Modells, Düsseldorf,
- Osterwalder, A.; Pigneur, Y.: Business Model Generation, Frankfurt a. M.,
- Schein, E. H.; Schein, P.: Organisationskultur und Leadership, München,
- Senge, P. M.: The Dance of Change (A fifth discipline resource), New York,

jeweils in der aktuellsten Auflage.

Modul B 06-b.02 Risikomanagement

Übersicht

Nr.	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
B 06-b.02	150 Std.	5 CP	2. Semester (Studienbeginn im WS)	jedes Sommersemester	1 Semester

Modulbeauftragte(r)	Lehrende im Modul
Prof. Dr. Mathias Graumann	Prof. Dr. Mathias Graumann Prof. Dr. Claus-Michael Langenbahn

Art des Moduls	Veranstaltungsform(en)	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	Lehrsprache
Wahlpflicht	Seminar mit integrierter Übung	64 Std.	86 Std.	20-30 Stud.	Deutsch

Verwendung des Moduls

Master-Studiengang Betriebswirtschaftslehre (Basismodul)

Master-Studiengang Economic and Social Research (Basismodul)

Master-Studiengang Management, Leadership, Innovation (Basismodul)

Master-Studiengang Sportmanagement (Basismodul)

Lernergebnisse und Kompetenzen

Die Studierenden werden in die Lage versetzt, Frühwarn-, Risiko- und Überwachungssysteme zu implementieren und auszuwerten, um wesentliche das Unternehmen gefährdende Entwicklungen früh erkennen und nachhaltig abzuwenden, die Einhaltung der Geschäftspolitik unterstützen sowie die Zuverlässigkeit der betrieblichen Prozesse unter Beachtung des Wirtschaftlichkeitsprinzips gewährleisten zu können. Ihnen sind Konzepte der Corporate Governance, der Compliance und der wertorientierten Unternehmensführung geläufig.

Die Studierenden werden auf die spätere Übernahme von Führungsverantwortung vorbereitet, indem sie sich mit Führungskonzepten vertraut machen, die Schieflagen und Fehlsteuerungen der Unternehmensführung vermeiden helfen und zu einer nachhaltigen Wertschaffung beitragen.

Die Studierenden werden befähigt, komplexe Risikostrukturen im Unternehmen modellieren und analysieren zu können. Der Zugang zur Risikobewertung kann beispielsweise über spieltheoretische Ansätze erfolgen. Die Kenntnis von strukturierten Finanzprodukten zur Risikominimierung ist ferner unerlässlich. Die Studierenden lernen je nach Schwerpunktsetzung mit aktuellen Bezügen verschiedene Modelle kooperativer und nicht-kooperativer Spiele an Fallbeispielen kennen, können unterschiedliche Handlungsalternativen hinsichtlich ihrer Auswirkungen beurteilen und optimale Strategien ermitteln. Sie analysieren ausgewählte Finanzmarktprodukte und verstehen, welche Risiken diese Produkte enthalten und wie sie eingesetzt werden können, um Risiken abzusichern.

Auf Basis des wichtigen Prinzips der Arbitrage lernen die Studierenden die Grundprinzipien, die der Bewertung von Finanzinstrumenten zugrunde liegen. Sie werden in die Lage versetzt, komplexe Finanzprodukte in einfachere Bausteine zu zerlegen und dadurch zu bewerten. Je nach aktuellem Bezug liegt der Schwerpunkt entweder bei der spieltheoretischen Modellierung oder bei der Bewertung der Finanzinstrumente.

Kompetenzerwerb

Lernzielstufe	Kursbeitrag

Sozial- und Kommunikationskompetenz	<ul style="list-style-type: none"> • Diskussionen im Plenum und in Gruppen • Gemeinsame Bearbeitung von Fallstudien • Präsentation und gemeinsame Diskussion der Gruppenergebnisse • Arbeit in Gruppen (in virtuellen und Präsenzgruppen) • Computersimulationen
Wissenserwerb	<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnis der rechtlichen Rahmenbedingungen zum Risikomanagement, zur Corporate Governance und Compliance • Kenntnis der wesentlichen Standards zu Risikomanagement, Corporate Governance und Compliance • Kenntnis der wichtigsten Finanzinstrumente • Kenntnis der wichtigsten Grundbegriffe und Theorien der Spieltheorie
Wissensvertiefung	<ul style="list-style-type: none"> • Lesen ausgewählter Originaltexte und Fallbeispiele • Vertiefung des Wissens durch gemeinsame Betrachtung von Praxisbeispielen anhand von Unternehmensdokumenten • Verständnis für den Einsatz der Finanzprodukte als Manager im Unternehmen, Vertiefung des Wissens durch Praxisbeispiele • Beschreibung des Vorgehens zur Entwicklung einer risikominimierenden Strategie
Instrumentale Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> • Strukturierung und Konkretisierung typischer Elemente und Abläufe von Geschäftsführungssystemen (Governance-, Compliance- und Risikomanagementsysteme) • Analyse vorgefundener Elemente und Maßnahmen eines Geschäftsführungssystems auf Angemessenheit und Wirksamkeit (Governance-, Compliance- und Risikomanagementsysteme) • Anwendung finanzmathematischer Methoden auf konkrete Beispiele • Analysekompetenz durch Anwendung erlernter Theorien und Werkzeugen bei Problemstellungen in Übungen, Fallbeispielen und Diskussionen • Nutzung der erlernten Werkzeuge und Methoden zur eigenen Ideenkreierung • Ausbau der Anwendungskompetenz durch Übertragung der Theorie auf konkrete Unternehmen und Markt-Herausforderungen in Gruppenarbeiten • Anwendungskompetenz durch Übertragung der Theorie auf weitere berufliche Handlungsfelder
Systemische Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> • Beurteilung bestimmter Management- und Führungssituationen • Reflexion über Ausprägung einer risikobewussten Unternehmensführung • Beurteilung der Möglichkeiten und Grenzen mathematischer Modellierung • Bewertung der in Gruppen erarbeiteten Lösungen mittels geeigneter Methoden • Präsentation und Diskussion des Vorgehens sowie der Ergebnisse im Plenum

Vermittelte Schlüsselqualifikationen

Vertiefung von betriebswirtschaftlichen Grundkenntnissen in Richtung Führungswissen. Aufbau auch spezieller und komplexer Sach- und Methodenkompetenz, Analytisches Denkvermögen, Wirtschaftliches Denken und Handeln.

Fähigkeit zur Komplexitätsreduktion, Entwicklung von Ursache-Wirkungs-Beziehungen, Erarbeitung von Handlungsalternativen und deren Evaluation in Problemsituationen, Fähigkeit zum Theorie-Praxis-Transfer, Entwicklung von Führungskompetenzen. Präsentationsfähigkeit, Sozial- und Diskussionskompetenz.

Inhalte

Begriff „Governance“. Deutscher Corporate Governance-Kodex (DCGK). Nachhaltige Leitungsstrukturen und Innenorganisation des Leitungsorgans. Business Judgement Rule als Richtschnur ordnungsmäßigen Leitungshandelns. Weitere Kodex-Konzepte, z.B. „German Code of Corporate Governance“. Auslegungskriterien der Ordnungsmäßigkeit der Geschäftsführung nach § 53 GenG und § 53 HGrG.

Analyse von Entsprechenserklärungen, Geschäftsordnungen, Erklärungen zur Unternehmensführung sowie nichtfinanziellen Erklärungen.

Motive („fraud triangle“) und Indizien („red flags“) von fraud, Konzepte und Elemente des Anti-fraud-Managements. Definition der Compliance, Elemente des betrieblichen Compliance Management-Systems (IDW PS 980), insbesondere organisatorische und IT-gestützte Sicherungsmaßnahmen. Fehlereinschätzung mittels des „risikoorientierten Prüfungsansatzes“.

Risikomanagement- und Frühwarnsysteme: Gesetzliche Regelungen und Normen (IDW PS 981). Aufbau- und Ablauforganisation. Risikobewertung, Entwicklung nachhaltiger Risikostrategien, Reporting. Fraud prevention durch internes Kontrollsystem und interne Revision: Gesetzliche Rahmenbedingungen und Normen (IDW PS 982, 983). Aufgaben, Aufbau- und Ablauforganisation.

Einführung in Konzepte der wertorientierten Planung und Kontrolle. Unternehmensbewertung mit Hilfe der DCF-Methode nach IDW S 1.

Nicht-kooperative Spiele: Grundlegende Konzepte, Dominanz, Nash-Gleichgewicht, Elementare Nullsummenspiele, Monopole, Duopole, Polypole, Nutzung von Gemeingütern, Verhandlungen, Löhne und Beschäftigung, Auktionen.

Kooperative Spiele: Koalitionsspiele, Kern eines Spiels, Shapley-Wert.

Finanzinstrumente: Überblick über den Finanzmarkt, Ausgewählte Geld- und Kapitalmarktprodukte, Arbitrage und Replikation, Bootstrapping einer Zinskurve, Simulation von Aktienkursen, Bewertung von Derivaten.

Lehrformen

Fragend-entwickelnder Unterricht mit integrierten Übungen und einer Vielzahl aufeinander abgestimmter Übungsbeispiele und Fallstudien. Literaturstudium. Eigenständige Recherche, Auswertung und Würdigung von Unternehmenspublikationen.

Teilnahmevoraussetzungen

Formale: Eingeschriebene(r) Studierende(r) am Fachbereich WiSo des RheinAhrCampus für einen Master-Studiengang.

Inhaltliche: Grundkenntnisse in Mathematik und Statistik, wie sie im Rahmen eines Bachelorstudiums im Bereich BWL vermittelt werden. Kenntnisse des strategischen Controllings entsprechend der Inhalte des Moduls B 06-a Controlling, Investition und Finanzierung, Rechnungswesen I.

Prüfungsformen

Klausur

Bewertung

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Prüfungsleistung für das Modul. Das Modul geht mit 5 ECTS in die Gesamtzahl von 120 ECTS-Punkten ein.

Literaturhinweise

Corporate Governance, Compliance- und Risikomanagementsysteme:

- Behringer, S. (Hrsg.): Compliance für KMU - Praxisleitfaden für den Mittelstand, 2. Aufl., Berlin 2016
- Brühwiler, B.: Risikomanagement als Führungsaufgabe, 4. Aufl., Bern 2016
- Bungartz, O.: Handbuch Interne Kontrollsysteme (IKS) – Steuerung und Überwachung von Unternehmen, 6. Aufl., Berlin 2020
- Diederichs, M.: Risikomanagement und Risikocontrolling, 5. Aufl., München 2023
- Eller, R.; Heinrich, M.; Perrot, R.; Reif, M. (Hrsg.): Kompaktwissen Risikomanagement, Wiesbaden 2011
- Gleißner, W.: Grundlagen des Risikomanagements, 4. Aufl., München 2022
- Gleißner, W.; Romeike, F. (Hrsg.): Praxishandbuch Risikomanagement, Berlin 2015

- Graumann, M: Controlling – Begriff, Elemente, Methoden und Schnittstellen, 6. Aufl., Herne 2022
- Graumann, M: Fallstudien zum Controlling, 5. Aufl., Herne 2022
- Graumann, M: Wirtschaftliches Prüfungswesen, 7. Aufl., Herne 2023
- Hommelhoff, P.; Hopt, K.J.; von Werder, A. (Hrsg.): Handbuch Corporate Governance: Leitung und Überwachung börsennotierter Unternehmen in der Rechts- und Wirtschaftspraxis, 2. Aufl., Stuttgart 2010
- KPMG (Hrsg.): Compliance Management im Wandel, Herne 2021
- KPMG (Hrsg.): Das wirksame Compliance-Management-System, 2. Aufl., Herne 2016
- Kremer, T.; Bachmann, G. (Hrsg.): Kommentar zum Deutschen Corporate Governance Kodex, 9. Aufl., München 2023
- Peemöller, V.H. (Hrsg.): Praxishandbuch der Unternehmensbewertung, 8. Aufl., Herne 2023
- Romeike, F.; Hager, P.: Erfolgsfaktor Risikomanagement 4.0. Methoden, Beispiele Checklisten – Praxishandbuch für Industrie und Handel, 4. Aufl., Wiesbaden 2020
- Vanini, U.; Rieg, R.: Risikomanagement - Grundlagen, Instrumente, Unternehmenspraxis, 2. Aufl., Stuttgart 2021.

Spieltheorie und Bewertung von Finanzinstrumenten:

- Amann, E.: Spieltheorie für Dummies, Wiley-VCH 2011
- Behnke, J.: Entscheidungs- und Spieltheorie, UTB 2013
- Berninghaus, S.: Strategische Spiele, 3. Aufl., Springer 2010
- Deutsch, H.-P.; Beinker, M.: Derivate und interne Modelle, 5. Aufl., Schäffer Poeschel 2014
- Holler, M.; Illing, G.: Einführung in die Spieltheorie, 6. Aufl., Springer 2005
- Hull, J.: Options, Futures and Other Derivatives, 10. Aufl., Pearson Education India 2018
- Jorion, P.: Financial Risk Manager Handbook, Wiley India 2013
- Kremer, J.: Portfoliotheorie, Risikomanagement und Bewertung von Derivaten, LB 2017
- Luenberger, D.: Investment Science, 2. Aufl., Oxford University Press 2014.

Den Studierenden wird eine Vielzahl von Praxisbeispielen und Fallstudien auf der Lernplattform zum Selbststudium zugänglich gemacht.

Modul B 06-b.03 Ausgewählte Aspekte der Rechnungslegung und Besteuerung

Übersicht

Nr.	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
B 06-b.03	150 Std.	5 CP	2. Semester	jedes Sommersemester	1 Semester

Modulbeauftragte(r)	Lehrende im Modul
Prof. Dr. Torsten Wengel	Prof. Dr. Torsten Wengel

Art des Moduls	Veranstaltungsform(en)	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	Lehrsprache
Wahlpflicht	Seminar	64 Std.	86 Std.	25 Stud.	Deutsch

Verwendung des Moduls

Master-Studiengang Betriebswirtschaftslehre (Basismodul)

Master-Studiengang Economic and Social Research (Basismodul)

Master-Studiengang Management, Leadership, Innovation (Basismodul)

Master-Studiengang Sportmanagement (Basismodul)

Lernergebnisse und Kompetenzen

Die Studierenden sollen nach dem Besuch der Veranstaltung in der Lage sein abgegrenzte Themen- bzw. Problemfelder der internationalen Rechnungslegung und Besteuerung zielgerichtet bearbeiten können.

Kompetenzerwerb

Lernzielstufe	Kursbeitrag
Sozial- und Kommunikationskompetenz	<ul style="list-style-type: none"> Gruppenarbeit und -diskussion Diskussionen im Plenum, Übungen Präsentation
Wissenserwerb	<ul style="list-style-type: none"> Kenntnis der thematischen Begrifflichkeiten/ Sprache Erlernen von Methoden und Werkzeugen Kenntnis der Möglichkeiten und Grenzen der Sachverhalte
Wissensvertiefung	<ul style="list-style-type: none"> Lesen ausgewählter Originaltexte (bspw. Geschäftsberichte, Urteile) Verständnis für den Einsatz der Instrumente als Manager Vertiefung des Wissens durch Praxisbeispiele Eigenständige Auswertung ausgewählter Beispiele
Instrumentale Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> Nutzung der erlernten Werkzeuge und Methoden für die eigene Berufstätigkeit Anwendung von Theorien, Werkzeugen und Methoden Diskussion der vermittelten Inhalte anhand von Beispielen Ausbau der Anwendungskompetenz durch Übertragung der Theorie auf konkrete Unternehmen und Markt-Herausforderungen; Anwendungskompetenz durch Übertragung der Theorie in Fallbeispiele Analysekompetenz durch Anwendung erlernter Theorie bei der Analyse von Praxisbeispielen Anwendungskompetenz durch Übertragung der Theorie auf weitere betriebliche Handlungsfelder der Investition, Finanzierung, Personal
Systemische Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> Beurteilung der Möglichkeiten und Grenzen

	<ul style="list-style-type: none"> • Bewertung der in Gruppen erarbeiteten Ergebnisse; Präsentation und Diskussion des Vorgehens sowie der Ergebnisse im Plenum • Fähigkeit zur strukturierten Analyse von betrieblichen Sachverhalten/ Problemstellungen für die eigenständige Ableitung von Handlungsoptionen/ -lösungen
<p>Vermittelte Schlüsselqualifikationen</p> <p>Nach Abschluss des Moduls sollen die Studierenden in der Lage sein, eigenständig betriebliche Sachverhalte/ Problemstellungen in der Rechnungslegung bzw. des Steuerrechts zielgerichtet bearbeiten bzw. lösen (rechtskonform) zu können. Damit Methodenkompetenz in Form von Auswertungen (Theorie-Praxis) und Lösungsfähigkeiten entwickeln, zugleich damit auch das eigene Zeitmanagement (Selbstkompetenz).</p>	
<p>Inhalte</p> <p>Gegenstand der Veranstaltung sind grundsätzlich ausgewählte Themen des Steuerrechts bzw. der externen Rechnungslegung (HGB; IAS/IFRS) sowie Bilanzanalyse.</p> <p>Die Seminarthemen wechseln und orientieren sich auch an aktuelle Sachverhalte der Praxis. Die Seminarthemenliste befindet sich für die Studierenden zur Vorabinformation auf mystudy.</p>	
<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristischer Unterricht</p> <p>Gruppenarbeiten</p> <p>Fallstudien und ggf. Gastvorträge</p> <p>Präsentationen von (Teil-) Ergebnissen</p>	
<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formale: Eingeschriebene(r) Studierende(r) am Fachbereich WiSo des RheinAhrCampus für einen Master-Studiengang.</p> <p>Inhaltliche: Keine</p>	
<p>Prüfungsformen</p> <p>Hausarbeit</p>	
<p>Bewertung</p> <p>Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Prüfungsleistung für das Modul. Das Modul geht mit 5 ECTS in die Gesamtzahl von 120 ECTS-Punkten ein.</p>	
<p>Literaturhinweise</p> <p>Themenstellungsabhängig; die Suche hiernach und ihre Auswahl obliegt grundsätzlich allein den Studierenden.</p> <p>Grundsätzliche Standardwerke sind bspw.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pellens: Internationale Rechnungslegung, Stuttgart, • Baetge/Kirsch/Thiele: Bilanzen, IDW-Verlag; • Coenenberg: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Landsberg; • Born: Rechnungslegung nach IAS, US-GAAP und HGB, Schäffer-Poeschel; • Ditges/Arendt: Internationale Rechnungslegung nach IFRS – Kompakt-Training, Leipzig; • Renneke: Internationale Bilanzanalyse, München; • Bohl/Riese/Schlüter: Beck'sches IFRS-Handbuch, München; • Lüdenbach/Hoffmann: IAS/KFRS, Freiburg; <p>- jeweils in der aktuellsten Fassung -</p>	

Teilstudienplan Überfachliche Qualifikationen / Key Competencies

Übersicht

One module must be selected. Elective modules according to the examination regulations:

B 07 Überfachliche Qualifikationen				
..01	International Competencies	7 ECTS	6 SWS	LP
..02	Interdisciplinary Competencies	7 ECTS	6 SWS	LP
..03	Selbstkompetenzen	7 ECTS	6 SWS	LP

The list of elective modules is not exclusive.

Learning outcomes and skills

By selecting one elective module, students are expected to purposefully deepen their interdisciplinary skills, guided by labor market-specific needs. The practical application within the offered knowledge domains takes a prominent role. This offering ensures that students not only receive comprehensive training in nonprofit, business and industry-specific modules but also acquire additional personal, social, and methodological competencies crucial for a future qualified professional career.

The elective modules primarily focus on strengthening academic skills, communication skills, specific leadership skills and the ability to self-reflect and think and act systemically. They encompass both German and English-language courses and are explicitly oriented toward the international job market in terms of content and methodology. As such, these modules place special emphasis on topics related to cultural diversity, leadership, ethics and technology, transculturality and interdisciplinarity.

Key skills taught

Analytical thinking, the ability to engage in business-oriented thought and action within complex structures, proficiency in incorporating interdisciplinary perspectives and approaches, social and communicative skills, intercultural, international, and diversity-related competencies, the ability to systematically contextualize business practice issues, conflict resolution skills, and ethical competencies in the context of technological developments.

Content

Can be found in the description of the respective modules.

Teaching Forms

Can be found in the description of the respective modules.

Participation requirements

Formal: Registered student in the Faculty of Business and Social Sciences of Hochschule Koblenz in Remagen for the master's program.

Content-based: None

Type of examination

Can be found in the description of the respective modules.

Assessment

ECTS credits will be awarded on the basis of the successful completion of the module.

The module is included with 7 ECTS in the total of 120 ECTS credits.

Suggested Reading

Can be found in the description of the respective modules.

Modul B 07.01 International Competencies

Overview

Nr.	Workload	Credits	Semester of study	Frequency of offer	Duration
B 07.01	210 Std.	7 CP	2nd Semester	each summer term	1 Semester

Modul supervisor	Lecturer
Prof. Dr. Magdalena Stülb	Prof. Dr. Magdalena Stülb Dr. Andreas Wagner Dipl.-Bw. (FH) Georg Reifferscheid

Type of module	Event type	Contact hours	Self study	Planned group size	Language
Mandatory	Seminar-based teaching with integrated exercise	96 h	114 h	ca. 20-25 Stud.	English

Module use

Master-Program Management, Leadership, Innovation

Master-Studiengang Betriebswirtschaftslehre (Basismodul)

Master-Studiengang Economic and Social Research (Basismodul)

Master-Studiengang Sportmanagement (Basismodul)

Learning outcomes and competencies

The module focuses on teaching fundamental and interdisciplinary skills that are essential for both business enterprises and non-profit organizations, particularly in periods marked by economic and socio-political transformations. The learning objectives of this module revolve around three key areas: a) analysing international developments in times of crisis and uncertainty; b) addressing challenges and opportunities related to promoting diversity and equity; and c) enhancing international leadership skills.

This educational module serves to heighten students' awareness of the social implications stemming from political and economic transformation processes, while highlights individual competence requirements. It actively promotes the development of key international competences, which include digital skills, communication skills, presentation skills, discourse and teamwork skills. As part of the curriculum, students will design, present and document their own international projects. The course aims to broaden students' intercultural awareness and refine their communication skills. Participants will be able to assess and reflect on their own strengths, recognize areas that require further development and engage in theoretical disc discussions surrounding diversity models in corporate settings and organizational leadership. Case studies will be employed to scrutinize the practical application of these theoretical models.

Acquisition of competencies

Learning Target Level	Course contribution
Social- and strategic competence	Students improve their social and communication skills through <ul style="list-style-type: none"> • participation in and leading group discussion • visualization and presentation of group work results • actively managing diversity in groups • planning and leading interactive methods
Knowledge acquisition	Students are aware of

	<ul style="list-style-type: none"> • relevant theories on globalization and global migration • the influence of transnational networks on entrepreneurship • key theories of diversity and equity • intercultural leadership models
Knowledge enhancement	<p>Students enhance their knowledge by</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reading current publications in scientific journals • Customized e-Learning, interactive in-class teaching methods and exchange in group discussions • Specialized lectures by guest speakers
Instrumental competence	<p>Students are able</p> <ul style="list-style-type: none"> • to apply learned theories on business situations • to transfer learned concepts and methods on practical settings • to identify key competencies for specific professional fields • to identify gaps in skills and know how to train independently
Systemic competence	<p>Students are able to evaluate</p> <ul style="list-style-type: none"> • success criteria for international cooperation • success criteria for diversity and equity in teams • criteria for successful leadership in international settings
<p>Key Skills taught</p> <p>Analytical skills, international language and communication skills, social and intercultural competences, diversity competences, international leadership skills, methodological skills, self-management competences</p>	
<p>Contents</p> <p>The module comprises three courses:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Advanced International Studies (Stülb) 2. Diversity, Inclusion, Equity (Wagner) 3. International Leadership Skills (Reifferscheid) <p>In this module, students deal with current global economic and socio-political developments, analyse case-specific challenges on the basis of scientific contributions and learn about future skills models that address employability in volatile times.</p> <p>Against this background, they learn about the theoretical foundations of diversity in the workplace and the challenge of integrating international employees with different values and lifestyles into functioning teams. They deal with the effects of global inequality structures on the labour market and the social responsibility of companies.</p> <p>Furthermore, the module provides an understanding of purposeful leadership, its ethical dimensions, and the relationship between leaders and followers in democratic societies. Furthermore, this course will challenge students to craft their own ethical perspective strengthened through critical examination of ethics theory utilizing case studies and real-life examples from practice.</p>	
<p>Teaching forms</p> <p>The instruction language is English. Learning is achieved through natural communication, interactive lecturing, independent work on projects as well as group work and presentations. Students will gain learner independence by organizing and documenting their own project and learning process in a portfolio. Working with case studies students will actively put their knowledge about teamwork and leadership into practice. Online and blended learning elements will be included.</p>	
<p>Participation requirements</p> <p>Formal: Registered student in the Faculty of Business and Social Sciences of Hochschule Koblenz in Remagen for the master's program</p> <p>Content-based: None</p>	
<p>Type of examination</p>	

Portfolio audit

Assessment

ECTS credits will be awarded on the basis of the successful completion of the module. As the examination involves oral presentations as well as term papers, attendance on campus is essential for academic success.

The module is included with 7 ECTS in the total of 120 ECTS credits.

Suggested Reading

Up-to-date literature references can be found at Open OLAT.

Modul B 07.02 Interdisciplinary Competencies

Overview

Nr.	Workload	Credits	Semester of study	Frequency of offer	Duration
B 07.02	210 Std.	7 CP	2nd. Semester	each summer term	1 Semester

Module Supervisor	Lecturer
Prof. Dr. Magdalena Stülb	Dr. Gregor Hecker-Twrsnick Prof. Dr. Patrick Philipp Prof. Dr. Magdalena Stülb

Type of module	Event type	Contact hours	Self study	Planned group size	Language
Mandatory	Seminar-based teaching with integrated exercise	96 Std.	114 Std.	ca. 20-25 Stud.	Deutsch / English

Module use

Master-Program Management, Leadership, Innovation

Master-Studiengang Betriebswirtschaftslehre (Basismodul)

Master-Studiengang Economic and Social Research (Basismodul)

Master-Studiengang Sportmanagement (Basismodul)

Learning outcomes and competencies

This module encompasses approaches from three scientific disciplines that address complex organizations during periods of rapid change and technological transformations. A. The historical perspective enables the contextualization of current developments and business trends within temporal frameworks. B. The anthropological-communication science perspective highlights the transcultural dimensions of contemporary global economic collaboration. C. Finally, the ethical-technological perspective sharpens awareness of the complexity of the impacts of artificial intelligence on various aspects of life.

This educational module serves to heighten students' awareness of the social implications stemming from political and economic transformation processes, while highlights individual competence requirements. It actively promotes the development of key competences, which include digital skills, communication skills, analytical skills, presentation skills, and teamwork skills. The course aims to broaden students' awareness of different perspectives and approaches on business activities and refine their communication skills. Participants will be able to assess and reflect on their own strengths, recognize areas that require further development and engage in theoretical discussions surrounding participation, leadership, democracy in corporate settings, impacts of technological developments and model of intercultural communication.

Acquisition of competencies

Learning Target Level	Course contribution
Social and strategic competence	Students improve their social and communication skills through <ul style="list-style-type: none"> participation in and leading group discussion visualization and presentation of group work results actively managing diversity in groups planning and leading interactive methods
Knowledge acquisition	Students are aware of <ul style="list-style-type: none"> relevant theories on organizational participation in historical studies relevant theories on culture and communication recent theories on ethics and technology

Knowledge enhancement	Students enhance their knowledge by <ul style="list-style-type: none"> • reading current publications in scientific journals • customized e-Learning, interactive in-class teaching methods and exchange in group discussions • specialized lectures by guest speakers
Instrumental competence	Students are able <ul style="list-style-type: none"> • to apply learned theories on business situations • to transfer learned concepts and methods on practical settings • to identify key competencies for specific professional field • to identify gaps in skills and know how to train independently
Systemic competence	Students are able to evaluate <ul style="list-style-type: none"> • theories and to critically assess scientific sources • success criteria for intercultural communication in business • Scenarios of technological development and its impact on social environments
<p>Key Skills taught</p> <p>Analytical skills, international language and communication skills, critical source assessment, methodological skills, skills to evaluate technological developments, self-management competences</p>	
<p>Contents</p> <p>The module comprises three courses:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Participation in historical dimensions (Dr. Gregor Hecker-Twirs nig) 2. Artificial Intelligence and ethics (Prof. Dr. Patrick Philipp) 3. Culture and Communication in international business (Prof. Dr. Magdalena Stülb) <p>Students are introduced to theories of social and operational participation through temporal change and in historical perspective. They learn to contextualize current approaches in their historical development and engage in source-critical work.</p> <p>Students acquire knowledge about artificial intelligence, its development, and application areas. They delve into ethical discourses surrounding this technology and its impact on society and the economy.</p> <p>They become familiar with anthropological models of culture and communication, engage in practical intercultural communication, and acquire knowledge of the use of qualitative methods for examining corporate communication.</p>	
<p>Teaching forms</p> <p>The instruction language is English. Learning is achieved through natural communication, interactive lecturing, independent work on projects as well as group work and presentations. Students will gain learner independence by organizing and documenting their own project and learning process in a portfolio. Working with case studies students will actively put their knowledge about teamwork and leadership into practice. Online and blended learning elements will be included.</p>	
<p>Participation requirements</p> <p>Formal: Registered student in the Faculty of Business and Social Sciences of Hochschule Koblenz in Remagen for the master's program.</p> <p>Content- based: None</p>	
<p>Type of examination:</p> <p>Portfolio audit</p>	
<p>Assessment</p>	

ECTS credits will be awarded on the basis of the successful completion of the module. As the examination involves oral presentations as well as term papers, attendance on campus is essential for academic success.

The module is included with 7 ECTS in the total of 120 ECTS credits.

Suggested Reading

Up-to-date literature references can be found at Open OLAT.

Modul B 07.03 Selbstkompetenzen

Übersicht

Nr.	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
B 07.03	210 Std.	7 CP	2. Semester	jedes Sommersemester	1 Semester

Modulbeauftragte(r)	Lehrende im Modul
Prof. Dr. Magdalena Stülb	Prof. Dr. Joachim Birzele Thomas Theuring (Dipl.-Kfm., Konfliktmediator) Prof. Dr. Magdalena Stülb

Art des Moduls	Veranstaltungsform(en)	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	Lehrsprache
Wahlpflicht	Seminar mit integrierter Übung	96 Std.	114 Std.	ca. 20-25 Stud.	Deutsch

Verwendung des Moduls

Master-Studiengang Betriebswirtschaftslehre (Basismodul)

Master-Studiengang Economic and Social Research (Basismodul)

Master-Studiengang Sportmanagement (Basismodul)

Lernergebnisse und Kompetenzen

Praxisbezogenen Systemische Grundlagen (Birzele): Das Verständnis von Interaktionsmustern in Organisationen sowie die Reflektion der eigenen Haltungen und Verhaltensweisen sind Kernkompetenzen erfolgreicher Führung. Der systemische Ansatz verbindet Konzepte aus Natur-, Geistes- und Sozialwissenschaften und bietet dazu eine Vielzahl bewährter Methoden, die auf neue und kreative Weise Veränderungen bei Einzelpersonen und Teams anstoßen können. Die Studierenden lernen die Grundlagen der Systemtheorie und die Haltung des systemischen Beraters kennen. Anhand einer Auswahl systemischer Beratungsmethoden werden berufspraktische Probleme ganzheitlich analysiert und Lösungsmöglichkeiten eröffnet. Die Studierenden erleben diese Methoden in der eigenen Fallbearbeitung und üben sie zusätzlich ein.

Konfliktmanagement in Organisationen (Theuring): Ein Verständnis von Konflikten, deren Ursachen, Dynamiken und Wirkungen in Teams und Organisationen ist zentral in allen Führungspositionen. Die Studierenden lernen theoretische Grundlagen zum Konfliktverständnis. Sie erwerben Fähigkeiten zur Einschätzung der Eskalationsstufen von Konflikten, zum Aufzeigen angemessener Handlungs- und Lösungswege und zur Konfliktkommunikation.

Interkulturelle Kompetenz (Stülb): Erfolgreiches Führen und Managementhandeln in Unternehmen und Organisationen erfordert eine internationale Orientierung in der Personal- und Teamgestaltung. Eine wesentliche Grundlage sind dabei interkulturelle Kommunikations- und Handlungskompetenzen. Die Studierenden lernen unterschiedliche Diskurse, Modelle und Theorien zur interkulturellen Kompetenz kennen. Anhand ausgewählter Übungen und Methoden erwerben sie einen Überblick über das Spektrum von Praxistrainings zwischen länderspezifischen Vorbereitungen und interkulturellen Sensibilisierungen. Sie erhalten die Möglichkeit, eigene interkulturelle Kompetenzen zu reflektieren und diese zu erweitern.

Kompetenzerwerb

Lernzielstufe	Kursbeitrag
Sozial- und Kommunikationskompetenz	Die Studierenden sind befähigt, <ul style="list-style-type: none"> Konstruktiv und lösungsorientiert in heterogenen Gruppen zu arbeiten Gruppenergebnisse zielgruppenorientiert aufzuarbeiten, zu visualisieren und zu präsentieren Eigene Erfahrungen kritisch zu reflektieren

	<ul style="list-style-type: none"> • Systemische Perspektiven anzuwenden
Wissenserwerb	<p>Die Studierenden kennen</p> <ul style="list-style-type: none"> • relevante Theorien zu Kommunikation und Kultur • systemische Ansätze und Theorien sowie deren Anwendungsbezüge • Konflikttheorien und deren Implikationen in Organisationskontexten
Wissensvertiefung	<p>Die Studierenden kennen</p> <ul style="list-style-type: none"> • kulturelle, soziale und organisationale Ebenen der Kommunikation • interkulturelle Führungstheorien • Theorien zu Reflecting Teams, Genogramarbeit und Aufstellungsarbeit • Modelle zu Konflikteskalationsstufen und Konfliktinterventionen
Instrumentale Kompetenz	<p>Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> • theoretischen Kenntnisse auf internationale Kontexte in Unternehmen transferieren • Theorien in der Fallarbeit und in Gruppenübungen anwenden • Theorien auf Konfliktsituationen in der Mitarbeiterführung und in der Zusammenarbeit in Teams beziehen
Systemische Kompetenz	<p>Die Studierenden sind befähigt,</p> <ul style="list-style-type: none"> • interkulturelle berufliche Handlungssituationen zu evaluieren • Organisationsanalysen durchzuführen • Reflexivität in Bezug auf Interventionswirkungen umzusetzen

Vermittelte Schlüsselqualifikationen

analytische Fähigkeiten, Kommunikationsfähigkeiten, soziale und interkulturelle Kompetenzen, Führungs- und Teamarbeitsfähigkeiten, Konfliktlösefähigkeiten, systemische Kompetenzen

Inhalte

Das Modul besteht aus drei Lehrveranstaltungen:

- Praxisbezogene Systemische Grundlagen (Birzele)
- Konfliktmanagement in Organisationen (Theuring)
- Interkulturelle Kompetenz (Stülb)

Praxisbezogene systemische Grundlagen (Birzele): Einführung in das systemische Denken und Handeln, systemische Interventionen und deren Einsatz in Führung und Personalentwicklung. Praxistransfer anhand konkreter Beispiele der Teilnehmenden.

Konfliktmanagement in Organisationen (Theuring): Einführung in Konflikttheorien und in verschiedene Ansätze zur Konzeptualisierung von Konflikten in Organisationen. Erstellung von Konfliktanalysen und Entwicklung von Interventionsmaßnahmen an Fallstudien. Besonderheiten interkultureller Konfliktsituationen.

Interkulturelle Kompetenz – sozialanthropologische Ansätze (Stülb): Einführung in die Analyse von Kulturkonzepten verschiedener wissenschaftlicher Disziplinen. Wahrnehmung und Konstruktion von kultureller Differenz werden als soziale Prozesse betrachtet und vor dem Hintergrund eigener Erfahrungen der Studierenden analysiert. Ein Schwerpunkt wird dabei auf dem Spannungsfeld zwischen Fremdem und Eigenem, zwischen Vertrautem und Unbekanntem liegen. Wie entstehen Stereotype und Vorurteile, welche Funktionen haben sie und wie beeinflussen sie Wahrnehmung und Interaktion? Anhand von interkulturellen Interaktionssituationen in sozial- und betriebswirtschaftlichen Tätigkeitsfeldern, unterstützt durch Simulationsübungen und Fallarbeit werden die Prozesse des Aushandelns und Gestaltens von Interkulturalität veranschaulicht.

Lehrformen

Interaktive Lehre, die Engagement und Eigenbeiträge von Studierenden voraussetzt, angeleitete Diskussionen, Textdiskussionen, Blended-Learning-Methoden, Analyse von Lernvideos, Anleitung zur Selbstreflexion und zum konstruktiven Feedback.

Teilnahmevoraussetzungen

Formale: Eingeschriebene(r) Studierende(r) am Fachbereich WiSo des RheinAhrCampus für einen Master-Studiengang.

Inhaltliche: Das Modul umfasst einen hohen Selbsterfahrungsanteil. Es sollte nur von denjenigen ausgewählt werden, die Fremd- und Selbstreflexion wünschen und zulassen können

Prüfungsformen:

Lernportfolios

Bewertung

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Prüfungsleistung für das Modul. Das Modul geht mit 7 ECTS in die Gesamtzahl von 120 ECTS-Punkten ein.

Literaturhinweise

Ballreich, Rudi; Glasl, Friedrich (2022): Konfliktmanagement und Mediation in Organisationen. Ein Lehr und Übungsbuch. Concadora Verlag.

Hoffmann, Edwin (2015): Interkulturelle Gesprächsführung. Theorie und Praxis des TOPOI-Modells. Springer VS.

Grossmann, Ralph; Bauer, Günther; Scala, Klaus (2015): Einführung in die systemische Organisationsentwicklung. Carl Auer Verlag.

Schlippe, v. A.; Schweitzer, J. (2016): Lehrbuch der systemischen Therapie und Beratung. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.

Schlippe, v. A.; Schweitzer, J. (2017): Systemische Interventionen. Stuttgart: UTB.

Simon, F.B. (2015): Einführung in Systemtheorie und Konstruktivismus. Heidelberg: Carl-Auer.

Piller, I. (2017): Intercultural communication. A Critical Introduction. 2nd Edition. Edinburgh: Edinburgh University Press.

Den Studierenden werden weitere Arbeitsmaterialien auf OLAT zur Verfügung gestellt.

Modul S A 01 Die Sportbranche: Strukturen und Finanzierung

Übersicht

Nr.	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
S A 01	180 Std.	6 CP	2. Semester	jedes Sommersemester	1 Semester

Modulbeauftragte(r)	Lehrende im Modul
Prof. Dr. Dirk Mazurkiewicz	Prof. Dr. Dirk Mazurkiewicz Sören Wallrodt

Art des Moduls	Veranstaltungsform(en)	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	Lehrsprache
Pflicht	Seminare, Übungen	64 Std.	116 Std.	ca. 15-20 Stud.	Deutsch

Verwendung des Moduls

Master-Studiengang Sportmanagement (Vertiefungsmodul)

Lernergebnisse und Kompetenzen

Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, die Komplexität des Handlungsfeldes Sport zu erkennen, wichtige Institutionen einzuordnen, Problem des Sports zu erfassen sowie die Konstitution der Branche und branchenspezifische Probleme vor dem Hintergrund geeigneter Theorien beschreiben.

Die Studierenden unterscheiden dazu auch unterschiedliche Organisationstypen und Gesellschaftsformen. Dabei lernen sie die Merkmale von Vereinen und Kapitalgesellschaften kennen und erfassen deren Möglichkeiten hinsichtlich der Betriebsführung. Dazu erkennen sie die Bedeutung einzelner Finanzierungsformen und deren Priorität für die Sportorganisationen.

Kompetenzerwerb

Lernzielstufe	Kursbeitrag
Sozial- und Kommunikationskompetenz	<ul style="list-style-type: none"> Gruppenarbeit und -diskussionen Präsentation von Ergebnissen Argumentieren mit theoretischem Bezug Texterschließung Gemeinsame Bearbeitung von Fallstudien
Wissenserwerb	<ul style="list-style-type: none"> Kenntnisse zu Systemprozessen und -merkmalen sowie deren theoretische Erklärungen Kenntnis der wichtigsten Merkmale von Finanzierung und Gesellschaftsformen der Sportbranche
Wissensvertiefung	<ul style="list-style-type: none"> Ableitung von systemischen Prozessen auf Individuen, Organisationen und Gesellschaften Konstituierende Merkmale des Sportsystems Planungs-, Steuerungs- und Analysefunktionen des Controllings im Sport
Instrumentale Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> Anwendung wissenschaftlicher Methoden und Verfahren auf die Steuerung von Sportorganisationen Nutzung der erlernten Werkzeuge und Methoden zur Prognose von komplexen Entwicklungen Organisation analysieren und Eingriffsmöglichkeiten erkennen
Systemische Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> Strukturierung komplexer Probleme Ableitung von Heuristiken Erstellung von Prognosen Plausibilisierung von Prognosen Rekonstruktion von Ursache-Wirkungs-Annahmen

Vermittelte Schlüsselqualifikationen

Präsentationsfähigkeit, Diskussionsfähigkeit, Problemstrukturierung, Erschließung wissenschaftlicher Literatur, Rezeption wissenschaftlicher Texte, Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten, Prognosefähigkeit

Inhalte

Im Modul beschäftigen sich die Studierenden mit Organisationformen und -typen des Sports, mit den besonderen Merkmalen des sportverbandlichen Systems sowie dessen Finanzierung. Darüber hinaus werden Gesellschaftsformen auf dessen Finanzierungsinstrumente hin überprüft und verglichen. Systemische Einflussfaktoren werden vor dem Hintergrund organisationsspezifischer Eingriffsmöglichkeiten betrachtet.

Lehrformen

Fragend-entwickelnder Unterricht in seminaristischer Form, Gruppenarbeiten mit Präsentationen, Arbeit mit wissenschaftlichen Texten, Modellbildung, empirische Modellprüfung.

Teilnahmevoraussetzungen

Formale: Eingeschriebene(r) Studierende(r) am Fachbereich WiSo des RheinAhrCampus für den Master-Studiengang „Sportmanagement“.

Inhaltliche: keine

Prüfungsformen

Klausur

Bewertung

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Prüfungsleistung für das Modul. Das Modul geht mit 6 ECTS in die Gesamtzahl von 120 ECTS-Punkten ein.

Literaturhinweise

- Breuer, C. (2017). Sportentwicklungsbericht 2015/2016. Analyse zur Situation der Sportvereine in Deutschland. Hellenthal: Strauß.
- Breuer, C. (2015). Sportentwicklungsbericht 2013/2014. Köln: Sportverlag Strauß.
- DOSB (Hrsg.) (2012c): Leistungssport. Ziele und Aufgaben. URL: <http://www.dosb.de/de/leistungssport/ziele-aufgaben/> [Stand: Mai 2012, Zugriff am 05.04.2013]
- DOSB (Hrsg.) (o.J.): Ehrenamt im Sport. URL: www.dosb.de/de/sportentwicklung/ehrenamt-im-sport/ [Stand: o.J.; Zugriff am 08.04.2013]
- Graumann, M., Thieme, L. & Mazurkiewicz, D. (2007). Entwicklung eines Kennzahlensystems für Breitensportorientierte Großsportvereine. In H. Horch, C. Breuer, G. Hovemann, S. Kaiser & V. Römisch (Hrsg.), Qualitätsmanagement im Sport (S. 95 bis 106). Köln: Inst. für Sportökonomie und Sportmanagement.
- Graumann, M. & Thieme, L. (2010). Controlling im Sport. Berlin: Schmidt
- Haas, O. (2002). Controlling der Fußballunternehmen. Berlin: Schmidt.
- Homberger, A., Elter, V. & Rothenburger, M. (2004). Bilanzierung von Humankapital nach IFRS am Beispiel des Spielervermögens im Profisport. Zeitschrift für kapitalmarktorientierte Rechnungslegung, (6), S. 249 bis 263.
- Heinemann, K.: Einführung in die Ökonomie des Sports. Schorndorf 1995.
- Hovemann, G. (2005). Finanzierung im Sport. In C. Breuer & A. Thiel (Hrsg.), Handbuch Sportmanagement (S. 216 bis 227). Schorndorf: Hofmann.
- Jordan, C. (2008). Controlling im Sport. In G. Nufer & A. Bühler (Hrsg.), Management und Marketing im Sport - betriebswirtschaftliche Grundlagen und Anwendungen der Sportökonomie (S. 237 bis 264). Berlin: Schmidt.
- Keller, C. (2008). Steuerung von Fußballunternehmen. Berlin: Schmidt.
- Kirsch, G. & Kempf, H. (2002). Staatliche Finanzierung des Sports - Ein Auslaufmodell? In H. Horch (Hrsg.), Finanzierung des Sports (S. 254 bis 266). Aachen: Meyer und Meyer.

- Littkemann, J. (2003). Controlling von Spielerinvestitionen in der Fußball-Bundesliga. In J. Weber & B. Hirsch (Hrsg.), Zur Zukunft der Controllingforschung (S. 219 bis 232). Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.
- Rittner, V. (2003). Der Einfluss gesellschaftlicher Trends auf den Sport. In Deutscher Sportbund (Hrsg.), Sport gestaltet Zukunft (S. 48 bis 54). Frankfurt/Main: Eigenverlag.
- Rütten, A., Nagel, S. & Kähler, R. (Hrsg.) (2014). Handbuch Sportentwicklungsplanung. Schorndorf: Hofmann.
- Thiel, Ansgar/Meier, Heiko (2004): Überleben durch Abwehr - Zur Lernfähigkeit des Sportvereins. In: Sport und Gesellschaft, 2(1), 103-124.
- Thiel, Ansgar / Seiberth, Klaus / Mayer, Jochen (2013): Sportsoziologie – Ein Lehrbuch in 13 Lektionen. Aachen: Meyer & Meyer Verlag
- Thiel, Ansgar/Meier, Heiko (2017): Der Sportverein aus systemtheoretischer Perspektive. In: Thieme, Lutz (Hrsg.): Der Sportverein - Versuch einer Bilanz. Schorndorf, 151-169.
- Vornholz, G. (2005). Finanzierung von Sport- und Freizeitanlagen. Schorndorf: Hofmann.
- Woratschek, H. & Schafmeister, G. (2007). Qualitätsmessung im Sport: Marktorientiertes Controlling als Erfolgskonzept. In H. Horch, C. Breuer, G. Hovemann, S. Kaiser & V. Römisch (Hrsg.), Qualitätsmanagement im Sport (S. 349 bis 359). Köln: Inst. für Sportökonomie und Sportmanagement.
- Woratschek, Herbert (2004): Einführung: Kooperenz im Sportmanagement - eine Konsequenz der Wertschöpfungslogik von Sportwettbewerben und Ligen. In: Zieschang, Klaus/Woratschek, Herbert/Beier, Klaus (Hrsg.): Kooperenz im Sportmanagement. Schorndorf, 9-30.
- Winkler, Susanne (2011): Die chronologische Entwicklung der öffentlichen Sportförderung in der BRD – Ein qualitativer Vergleich der Sportfördermittel der letzten 30 Jahre. 1. Aufl., Norderstedt: GRIN Verlag.
- Zimmer, Annette (2007): Vereine – Zivilgesellschaft konkret. 2. Auflage. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Zimmer, Annette / Paulsen, Friedrich (2010): Verbände als Dienstleister. In: Hoffjann, Olaf & Stahl, Roland (Hg.): Handbuch Verbandskommunikation. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, S.39-56.

Modul S A 02 Die Sportbranche: Rechtliche Aspekte im nationalen und internationalen Umfeld

Übersicht

Nr.	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
S A 02	180 Std.	6 CP	2. Semester	jedes Sommersemester	1 Semester

Modulbeauftragte(r)	Lehrender im Modul
Prof. Dr. Markus Buchberger	Prof. Dr. Markus Buchberger

Art des Moduls	Veranstaltungsform(en)	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	Lehrsprache
Pflicht	Seminar	64 Std.	116 Std.	ca. 15-20 Stud.	Deutsch

Verwendung des Moduls

Master-Studiengang Sportmanagement (Vertiefungsmodul)

Lernergebnisse und Kompetenzen

Dieses Modul befasst sich mit den rechtlichen Grundlagen, auf denen der nationale und internationale Sport basiert. Ziel des Moduls ist es, die Studenten für die vielschichtigen rechtlichen Grundlagen zu sensibilisieren, die nationale Gesetzeslagen und verbandsrechtliche Regelungen vorhalten. Die Studenten sollen erkennen, wie sich diese juristischen Vorgaben auf international verbreitete Handlungsfelder des – insbesondere professionellen - Sports auswirken. Ein Schwerpunkt liegt dabei in der Darstellung rechtlicher Vorgaben an die Führung von Sportunternehmen, vor allem von Sportclubs.

Kompetenzerwerb

Lernzielstufe	Kursbeitrag
Sozial- und Kommunikationskompetenz	<ul style="list-style-type: none"> Gruppenarbeit und -diskussionen Präsentation von Ergebnissen
Wissenserwerb	<ul style="list-style-type: none"> Kenntnis der grundlegenden rechtlichen Vorgaben Einblick in die Grundlagen des internationalen Verbandsrechts Einblick in das Zusammenspiel von staatlichem Recht und Verbandsrecht Einordnung von Verbands- und Schiedsgerichtsbarkeit Rechtliche Vorgaben für Führungsaufgaben Organpflichten Haftungsrisiken bei Fehlverhalten und in Krisen Absicherungsmöglichkeiten für das Management und Organe
Wissensvertiefung	<ul style="list-style-type: none"> Im Rahmen des Selbststudiums anhand von Fachliteratur
Instrumentale Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> Erlernen internationaler Bezüge in rechtlichem Kontext
Systemische Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilisierung für rechtliche Vorgaben auf dem Handlungsfeld „Internationaler Sport“ Kompetenz zur Entwicklung von Handlungsempfehlungen für das Management

Vermittelte Schlüsselqualifikationen

Sach- und Methodenkompetenz, analytisches Denkvermögen, rechtliches Denken und Handeln, Erarbeitung von Handlungsalternativen und deren Evaluation in Problemsituationen, Fähigkeit zum Theorie-Praxis-Transfer, Entwicklung von Führungs- und Diskussionskompetenz.

Inhalte

- Verbandsautonomie im Sport
- Verbandsrechtliche Regeln für Spielbetrieb, Arbeitsverhältnisse, Vermarktung und Streitbeilegung

- Verbandsgerichtsbarkeit/Schiedsgerichtsbarkeit im Sport
- Klassiker-Fälle des Sportrechts
- Aktuelle Rechtsfälle national und international
- Überblick zur Organhaftung in eingetragenen Vereinen, AG, GmbH
- Dienstrechtliche Vorgaben an Führung
- Haftung von Vorständen und Geschäftsführern
- Compliance
- Haftungsrisiken in der Krise des Unternehmens
- Haftungsrisiken in der (rechtlichen) Krise des Dienstverhältnisses

Lehrformen

Seminaristischer Unterricht, Arbeit mit wissenschaftlichen Texten, Präsentationen.

Teilnahmevoraussetzungen

Formale: Eingeschriebene(r) Studierende(r) am Fachbereich WiSo des RheinAhrCampus für den Master-Studiengang „Sportmanagement“.

Inhaltliche: keine

Prüfungsformen

Mündliche Prüfung

Bewertung

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Prüfungsleistung für das Modul. Das Modul geht mit 6 ECTS in die Gesamtzahl von 120 ECTS-Punkten ein.

Literaturhinweise

- Haas/Martens, Sportrecht - Eine Einführung in die Praxis, Schriftenreihe Causa Sport, Band 5 (1. Auflage, 2011)
- Fritzweiler/Pfister/Summerer, Praxishandbuch Sportrecht (3. Auflage, 2014)
- Adolphsen/Nolte/Lehner/Gerlinger, Sportrecht in der Praxis (1. Auflage, 2011)
- Stopper/Lentze, Handbuch Fußball-Recht (2. Auflage, 2017)
- Reichert, Vereins- und Verbandsrecht (14. Auflage, 2018)
- Hilpert, Nationale und internationale Fußballrechtsprechung (1. Auflage, 2016)
- Krieger/Schneider, Handbuch Managementhaftung (3. Auflage 2017)
- Holthausen/Kurschat, Vertragsgestaltung für Geschäftsführer, Vorstände und Aufsichtsräte (1. Auflage 2017)
- Lutter/Hommelhoff, GmbH-Gesetz (19. Auflage 2016)

Modul S A 03 Die Sportbranche: Marketing, Sponsoring und Marketingrechte

Übersicht

Nr.	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
S A 03	180 Std.	6 CP	3. Semester	jedes Wintersemester	1 Semester

Modulbeauftragte(r)	Lehrende im Modul
Prof. Dr. Dirk Mazurkiewicz	Prof. Dr. Dirk Mazurkiewicz Oliver Breivogel

Art des Moduls	Veranstaltungsform(en)	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	Lehrsprache
Pflicht	Seminare, Übungen	64 Std.	116 Std.	ca. 15-20 Stud.	Deutsch

Verwendung des Moduls

Master-Studiengang Sportmanagement (Vertiefungsmodul)

Lernergebnisse und Kompetenzen

Die Leistungen von Sportanbietern in deren Märkte zu transportieren oder werbende Unternehmen in das Umfeld von Sportveranstaltungen einzubinden, zählen zu hervorgehobenen Aufgaben von Sportmanagern. Die Studierenden greifen auf allgemeine Grundsätze des Marketings zurück und erschließen die spezifischen Besonderheiten des Marketings in der Sportbranche. Unter der Betrachtung unterschiedlicher Organisationstypen werden theoretische und praktische Spezifika eingeordnet und diskutiert. Hierbei wird auch die mediale Darstellung des Sports betrachtet und unter medien- als auch rezipienten-orientierten Theorien durchdrungen und auf klassische wie neue Medienkanäle bezogen. Veränderungen und Perspektiven der Digitalisierung werden hierzu eingeflochten. Die Studierenden orientieren sich im Netzwerk von Medien, Wirtschaft und Sport.

Kompetenzerwerb

Lernzielstufe	Kursbeitrag
Sozial- und Kommunikationskompetenz	<ul style="list-style-type: none"> Gruppenarbeit und -diskussionen Präsentation von Ergebnissen Argumentieren mit theoretischem Bezug Texterschließung Gemeinsame Bearbeitung von Fallstudien
Wissenserwerb	<ul style="list-style-type: none"> Kenntnisse von Medientheorien und deren Anwendung auch klassische Medien Analytische Betrachtung und Einordnung der Digitalisierung Kenntnis der wichtigsten Merkmale von Marketingprozessen
Wissensvertiefung	<ul style="list-style-type: none"> Merkmale und Einflussfaktoren von/auf Sponsoringprozesse Analyse und Bewertung von Marktforschungsinstrumente Analyse der Funktionen, des Selbstverständnisses und der Wirkungen von Medien im Sport kennen lernen und für die eigene Arbeit nutzbar machen. Veränderung der Kundenbeziehung und -bindung im Kontext der Digitalisierung externer und interner Kommunikationsprozesse analysieren und zukünftigen Entwicklungen prognostizieren.
Instrumentale Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> Anwendung wissenschaftlicher Methoden und Verfahren auf die Steuerung von Sportorganisationen Nutzung der erlernten Werkzeuge und Methoden zur Prognose von komplexen Entwicklungen Organisation analysieren und Eingriffsmöglichkeiten erkennen
Systemische Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> Strukturierung komplexer Probleme

	<ul style="list-style-type: none"> • Ableitung von Heuristiken • Erstellung von Prognosen • Plausibilisierung von Prognosen • Rekonstruktion von Ursache-Wirkungs-Annahmen 	
<p>Vermittelte Schlüsselqualifikationen</p> <p>Präsentationsfähigkeit, Diskussionsfähigkeit, Problemstrukturierung, Erschließung wissenschaftlicher Literatur, Rezeption wissenschaftlicher Texte, Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten, Prognosefähigkeit</p>		
<p>Inhalte</p> <p>Auf der Grundlage von Kenntnissen und Modellen zum Marketing, werden typische sportmarketingrelevante Perspektiven und Fragestellung erörtert und angewandt. Hierbei wird auch zwischen den besonderen Merkmalen des Marketings von Breitensport- und Profisportorientierten Anbietern unterschieden. Die besondere Bedeutung des Sponsorings im Zuschauersport wird sowohl aus Sicht der werbenden Unternehmen als auch der Sportorganisationen beleuchtet. Im Fokus stehen zudem neben der Entwicklung von Produkten und zielgruppengenaue Kommunikation auch die systematische Strategieausrichtung und die Verbindung der Marketinginstrumente zu einem vernetzten Konzept von Maßnahmen.</p>		
<p>Lehrformen</p> <p>Fragend-entwickelnder Unterricht in seminaristischer Form, Gruppenarbeiten mit Präsentationen, Arbeit mit wissenschaftlichen Texten, Modellbildung, empirische Modellprüfung.</p>		
<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formale: Eingeschriebene(r) Studierende(r) am Fachbereich WiSo des RheinAhrCampus für den Master-Studiengang „Sportmanagement“.</p> <p>Inhaltliche: keine</p>		
<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur</p>		
<p>Bewertung</p> <p>Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Prüfungsleistung für das Modul. Das Modul geht mit 6 ECTS in die Gesamtzahl von 120 ECTS-Punkten ein.</p>		
<p>Literaturhinweise</p> <ul style="list-style-type: none"> • Daumann, F & Römmelt, B. (2015). Marketing und Strategie im Sport. UTB • Esch, F. (2003). Strategie und Technik der Markenführung. München. Vahlen. • Elter, Vera C.: Verwertung medialer Rechte der Fußballunternehmen, Berlin 2003. • Gratton, Chris; Solberg, Harry Arne: Sports and Broadcasting - Comparisons between the United States and Europe, Westport 2004. • Hafkemeyer, Lutz: Die mediale Vermarktung des Sports, Wiesbaden 2003. • Heinemann, K. (2004): Sportorganisationen. Schorndorf: Hofmann • Hermanns, A. & Riedmüller, F. (2001). Standortbestimmung des Sport-Marketing. In: Hermanns, A. & Riedmüller, F. (Hrsg.), Management-Handbuch Sport-Marketing (S. 57-88). München: Vahlen Verlag • Mazurkiewicz, Dirk: TV-Marketing im Sport. Köln 2007 • Meffert, H. & Bruhn, M. (2000). Dienstleistungsmarketing. Wiesbaden: Gabler Verlag. • Mintzberg, H.; Lampel, J.; Quinn, J.B. & Ghoshal, S. (2003): The Strategy process. Harlow: Pearson Education • Mullin, B. (1985). Characteristics of sport marketing. In: Lewis, G. & Appenzellar, H. (Hrsg.), Successful Sport Management. (S. 101-123). Charlottesville: The Michie Company • Riedmüller, F. (2003). Sport als inhaltlicher Bezug für die Marketing-Kommunikation. In Hermanns, A. & Riedmüller, F. (Hrsg.), Sponsoring und Events im Sport (3-22). München: Vahlen Verlag 		

- Riedmüller, F. (2018). Professionelles Marketing für Sportvereine: Potenziale der Rechtevermarktung optimal nutzen (Praxiswissen Sportverein & Management, Band 2) Heidelberg. ESV
- Schubert, M. (2008): Besonderheiten des Sports für das Marketing. In Hermanns A., Riedmüller, F. (Hrsg.): Management-Handbuch Sport-Marketing, 2. Auflage (S. 85-100). München: Verlag Franz Vahlen.
- Schwarz, P.; Purtschert, R.; Giroud, C. & Schauer, R. (2002). Das Freiburger Management-Modell für Nonprofit-Organisationen. Bern: Haupt
- Schierl, Thomas: Handbuch Medien, Kommunikation und Sport, Schorndorf 2007.
- Thieme, L. & Mazurkiewicz, D. (2008). Markenanalyse als Ausgangspunkt strategischer Vereinsführung - Ergebnisse fallanalytischer Betrachtungen. In S. Braun & S. Hansen (Hrsg.), Steuerung im organisierten Sport (S. 217 bis 225). Hamburg: Czwalina.
- Trommsdorff, V. & Zellerhoff, C. (1994). Produkt- und Markenpositionierung. In Bruhn, M. (Hrsg.) Handbuch Markenartikel, Band 1. (S. 349-373). Stuttgart: Schäffer-Poeschel

Modul S A 04 Forschung und Innovation in Sportökonomie und Sportpraxis

Übersicht

Nr.	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
S A 04	180 Std.	6 CP	3. Semester	jedes Wintersemester	1 Semester

Modulbeauftragte(r)	Lehrende im Modul
Prof. Dr. Lutz Thieme	Sebastian Schneider, MBA Prof. Dr. Lutz Thieme

Art des Moduls	Veranstaltungsform(en)	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	Lehrsprache
Pflicht	Seminare, Übungen	64 Std.	116 Std.	ca. 15-20 Stud.	Deutsch

Verwendung des Moduls

Master-Studiengang Sportmanagement (Vertiefungsmodul)

Lernergebnisse und Kompetenzen

Die Studierende lernen Innovationen für Vereine, Verbände, Kommunen und Sportunternehmen zu kreieren, deren Praxiswirksamkeit und Marktchancen abzuschätzen und dafür wissenschaftliche Theorien und Methoden einzusetzen. Sie schulen ihre Innovationsfähigkeit, die Herstellung innovationsfreundlicher Bedingungen sowie die Anwendung von Theorien, Heuristiken sowie qualitativer und quantitativer Methoden zur Abschätzung der Marktchancen der Innovationen.

Kompetenzerwerb

Lernzielstufe	Kursbeitrag
Sozial- und Kommunikationskompetenz	<ul style="list-style-type: none"> Gruppenarbeit und -diskussionen Präsentation von Ergebnissen Argumentieren mit theoretischem Bezug Texterschließung Erarbeitung strategischer Optionen zum zielgerichteten Verhalten von Unternehmen in Märkten Gemeinsame Bearbeitung von Fallstudien Schulung schriftlicher Ausdrucksfähigkeit
Wissenserwerb	<ul style="list-style-type: none"> Kenntnisse zu zentralen Innovationsfaktoren und -werkzeugen in der Sportbranche Kenntnis des Konzepts Innovation Leadership Kenntnis der wichtigsten Grundbegriffe und Theorien des Innovationsmanagements Erlernen von Methoden und Werkzeugen zum Sourcing, Generieren und Implementieren von Ideen Kennenlernen von Methoden zur Definition von Geschäftsfeldern Kennenlernen relevanter kulturtheoretischer Theorien zu gesellschaftlichen Veränderungsprozessen durch Globalisierung Kennenlernen von Theorien zu Identität und Kultur, Kultur und Management und Kultur und Entscheiden Kennenlernen von Modellen der Unternehmenskultur Beitragsmöglichkeiten von Theorien und wissenschaftlichen Methoden zur Generierung von Innovationen und deren Überführung in marktfähige Produkte und Dienstleistungen
Wissensvertiefung	<ul style="list-style-type: none"> Verständnis der grundlegenden Auswirkungen von Geschäftsfeld- und Marktdefinitionen auf die gesamte Unternehmensführung

	<ul style="list-style-type: none"> • Vertiefung des Wissens durch gemeinsame Betrachtung von Praxisbeispielen • Verständnis der wichtigsten organisationspsychologischen und organisationssoziologischen Theorien • Anwendung von qualitativen und quantitativen Datenerhebungs- und Auswertungsverfahren • Nutzung wissenschaftlicher Texte für eigene Problemstellungen
Instrumentale Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> • Anwendung wissenschaftlicher Methoden und Verfahren auf Innovationsprozesse • Anwendung von Innovation Leadership auf konkrete Aufgaben • Nutzung der erlernten Werkzeuge und Methoden zur eigenen Ideenkreierung • Interpretation von Praxisthemen (Missverständnisse, Konflikte in interkulturellen Situationen) unter Rückbezug auf die erlernten Theorien
Systemische Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> • Beurteilung bestimmter Management- und Führungssituationen • Beurteilung und Diskussion über Ideen und deren Realisierung in der Gruppe • Bewertung der in Gruppen erarbeiteten Lösungen mittels dazu geeigneter Methoden. Präsentation und Diskussion des Vorgehens sowie der Ergebnisse im Plenum • Fähigkeit zur Auftragsklärung, von Durchführung und Abschlussevaluation organisationalen betrieblichen Problemstellungen • Fähigkeit der Berücksichtigung von Zirkularität sowie Reflexivität des eigenen Handelns und deren Limitation • Bildung von Ursache-Wirkungs-Hypothesen • Reflektion eigener Problemlösungsstrategien
<p>Vermittelte Schlüsselqualifikationen</p> <p>Präsentationsfähigkeit, Diskussionsfähigkeit, Problemstrukturierung, Erschließung wissenschaftlicher Literatur, Rezeption wissenschaftlicher Texte, Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten.</p>	
<p>Inhalte</p> <p>Angesichts der Erkenntnis, dass nur wenige Absolventen des Studiengangs forschungsorientiert tätig sein werden, verbindet dieses Modul methodologische Aspekte der Lösung von Forschungsfragen, beispielsweise im Zusammenhang mit Abschlussarbeiten, mit praxisrelevanten Erkenntnisproblemen. Versucht wird zu vermitteln, welche praktische Bedeutung Erkenntnisstrategien und Forschungsmethoden für die Lösung betrieblicher Problemstellungen bereitstellen. Besonderer Augenmerk liegt dabei auf Prozessen von Produkt- und Organisationsinnovationen.</p>	
<p>Lehrformen</p> <p>Fragend-entwickelnder Unterricht in seminaristischer Form, Gruppenarbeiten mit Präsentationen, Arbeit mit wissenschaftlichen Texten.</p>	
<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formale: Eingeschriebene(r) Studierende(r) am Fachbereich WiSo des RheinAhrCampus für den Master-Studiengang „Sportmanagement“.</p> <p>Inhaltliche: keine</p>	
<p>Prüfungsformen</p> <p>Hausarbeit</p>	

Bewertung

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Prüfungsleistung für das Modul. Das Modul geht mit 6 ECTS in die Gesamtzahl von 120 ECTS-Punkten ein.

Literaturhinweise

- Albert, H. (1984). Theorie und Prognose in den Sozialwissenschaften. In E. Topitsch (Hrsg.), Logik der Sozialwissenschaften: 126 bis 143. Königstein: Athenäum.
- Bortz, J. & Döring, N. (2006). Forschungsmethoden und Evaluation. Berlin, Heidelberg: Springer Medizin Verlag Heidelberg.
- Chalmers, A. F. (2007). Wege der Wissenschaft. Berlin: Springer.
- Costa, C. A. (2005). The Status and Future of Sport Management: A Delphi Study. Journal of Sport Management, 19 (2), 117 bis 142.
- Fleck, L. (1980). Entstehung und Entwicklung einer wissenschaftlichen Tatsache. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Heckhausen, H. (1979). Sportpsychologie: Auf der Suche nach Identität in einem magischen Dreieck verschiedener Fachwissenschaften. In J. R. Nitsch (Hrsg.), Bericht über die 10. Jahrestagung der Arbeitsgemeinschaft für Sportpsychologie (S. 43 bis 61). Köln: Psychologisches Institut der Deutschen Sporthochschule.
- Kirsch, W., Seidl, D. & van Aaken, D. (2007). Betriebswirtschaftliche Forschung. Wissenschaftstheoretische Grundlagen und Anwendungsorientierung. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Komlos, J. & Süßmuth, B. (2010). Empirische Ökonomie. Eine Einführung in Methoden und Anwendungen. Berlin, Heidelberg: Springer.
- Kuhlmann, D. (2005). Qualitative Forschungsansätze in der Sportpädagogik. Schorndorf: Hofmann.
- Kuhn, T. S. (1976). Die Struktur wissenschaftlicher Revolutionen. Frankfurt/Main: Suhrkamp Verlag.
- Lakatos, I. (1974). Falsifikation und die Methodologie wissenschaftlicher Forschungsprogramme. In I. Lakatos & A. Musgrave (Hrsg.), Kritik und Erkenntnisfortschritt (S. 89 bis 190). Braunschweig: Vieweg.
- Lienert, G. A. & Raatz, U. (1998). Testaufbau und Testanalyse. Weinheim: Beltz.
- Mondello, M. & Pedersen, P. (2003). A Content Analysis of the Journal of Sports Economics. Journal of Sports Economics, 4 (1), 64 bis 73.
- Popper, K. (2005). Logik der Forschung. Tübingen: Mohr Siebeck.
- Thieme, L. (2011). Zur Konstitution des Sportmanagements als Betriebswirtschaftslehre des Sports – Entwicklung eines Forschungsprogramms. Berlin: epubli.
- Willimczik, K. (2001). Sportwissenschaft interdisziplinär. Geschichte, Struktur, Gegenstand der Sportwissenschaft. Hamburg: Feldhaus.
- Willimczik, K. (2003). Sportwissenschaft interdisziplinär. Forschungsprogramme und Theoriebildung in der Sportwissenschaft. Hamburg: Feldhaus.
- Woratschek, H. (2000). Conjoint Measurement - Ein Verfahren zur nachfrageorientierten Preisbestimmung. In M. Büch (Hrsg.), Märkte und Organisationen im Sport: institutionenökonomische Ansätze (S. 77 bis 101). Schorndorf: Hofmann.

Modul P Obligatorische Praxisphase

Übersicht

Nr.	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
P	540 Std.	18 CP	3./4. Semester	jedes Semester	min. 13 Wochen

Modulbeauftragte(r)	Lehrende im Modul
Prof. Dr. Joachim Birzele	Alle Dozentinnen und Dozenten

Art des Moduls	Veranstaltungsform(en)	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	Lehrsprache
Pflicht					

Verwendung des Moduls

Master-Studiengang Betriebswirtschaftslehre (Basismodul)

Master-Studiengang Sportmanagement (Basismodul)

Lernergebnisse und Kompetenzen

Praktikum bei einem Unternehmen im In- oder Ausland: Im Rahmen der Praxissemesterphase erhalten die Studierenden einen Einblick in den realen Unternehmensalltag. Sie werden aktiv in das Arbeitsleben eingebunden und tragen mit ihrer Arbeitsleistung zur Wertschöpfung des Unternehmens bei. Die Studierenden sollen die im Studienverlauf vermittelten Kompetenzen und theoretischen Kenntnisse in der Praxis anwenden und reflektieren können. Ferner sollen sie relevante Praxiskenntnisse erlangen, die einen späteren Berufseinstieg erleichtern.

Praxisphase als Auslandsstudium an einer ausländischen Hochschule/Partnerhochschule: Die Studierenden können ihre interkulturellen Fähigkeiten und Kenntnisse weiter ausbauen und vertiefen. Ein besonderer Fokus liegt hierbei auf der Entwicklung der kommunikativen Kompetenzen. Die Studierenden lernen, sich mit anderen Kulturen auseinanderzusetzen und sich entsprechend zu integrieren. Dabei wird auch der Aspekt der Wissensvermittlung berücksichtigt. So besuchen die Studierenden vorher ausgewählte Kurse an den ausländischen Hochschulen/Partnerhochschulen, um ihr spezifisches Wissen in den entsprechenden Handlungsfeldern weiter zu vertiefen.

Vermittelte Schlüsselqualifikationen

Sach- und Methodenkompetenz, analytisches Denkvermögen, wirtschaftliches Denken und Handeln, Fähigkeit zur Komplexitätsreduktion, Entwicklung von Ursache-Wirkungs-Beziehungen, Erarbeitung von Handlungsalternativen und deren Evaluation in Problemsituationen, Fähigkeit zum Theorie-Praxis-Transfer, kommunikative und interkulturelle Kompetenzen

Inhalte

Mindestens 13-wöchiges Praktikum bei einem Unternehmen im In- oder Ausland oder Studium an einer ausländischen Hochschule/Partnerhochschule.

Den Professorinnen und Professoren steht frei, die Betreuung nach individuellen Maßgaben zu regeln (z. B. Präsenzveranstaltungen an der Hochschule anzubieten).

Lehrformen

-

Teilnahmevoraussetzungen

Formale: Eingeschriebene(r) Studierende(r) am Fachbereich WiSo des RheinAhrCampus für die Master-Studiengänge „Betriebswirtschaftslehre“ und „Sportmanagement“.

Inhaltliche: Keine

Prüfungsformen

Praktikum bei einem Unternehmen im In- oder Ausland: Ggf. Teilnahme an den Pflichtveranstaltungen. Verfassen eines Praktikumsberichts nach Vorgabe der/des betreuenden Professorin/Professors. Näheres regelt die jeweilige Betreuerin/der jeweilige Betreuer.

Praxisphase als Auslandsstudium an einer ausländischen Hochschule/Partnerhochschule: Nachweis über mindestens drei belegte Veranstaltungen.

Es handelt sich dabei um eine Studienleistung.

Die detaillierten Regelungen zur Praxisphase finden sich auf der Seite des Prüfungsamts: <https://www.hs-koblenz.de/rac/fachbereiche/wiso/pruefungsamt-wiso/master-of-arts/praxissemester-ma/>

Bewertung

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Studienleistung für das Modul. Das Modul geht mit 18 ECTS in die Gesamtzahl von 120 ECTS-Punkten ein. Die Praxisphase geht als Studienleistung nicht in die Berechnung der Gesamtnote ein.

Literaturhinweise

-

Modul S A 05 Personal- und Organisationsmanagement im Sport

Übersicht

Nr.	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
S A 05	180 Std.	6 CP	4. Semester	jedes Sommersemester	1 Semester

Modulbeauftragte(r)	Lehrende im Modul
Prof. Dr. Dirk Mazurkiewicz	Prof. Dr. Heiko Weckmüller

Art des Moduls	Veranstaltungsform(en)	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	Lehrsprache
Pflicht	Fragend-entwickelnder Unterricht in seminaristischer Form mit Fallstudienarbeit	64 Std.	116 Std.	ca. 15-20 Stud.	Deutsch

Verwendung des Moduls

Master-Studiengang Sportmanagement (Vertiefungsmodul)

Lernergebnisse und Kompetenzen

In der Veranstaltung vertiefen die Studierenden ihre allgemeinen Kenntnisse bezüglich der Gestaltung und Entwicklung von Organisationen im Sport sowie zu ausgewählten Themenfelder des Personalmanagements. Der Fokus liegt auf der Anwendung von Instrumenten des Personal- und Organisationsmanagements auf Basis der Ergebnisse der empirischen Forschung und vor dem Hintergrund der Spezifika des Sports.

Kompetenzerwerb

Lernzielstufe	Kursbeitrag
Sozial- und Kommunikationskompetenz	<ul style="list-style-type: none"> Entwicklung von Vorschlägen zur Organisationsgestaltung und -entwicklung in Gruppenarbeit sowie Präsentation der Ergebnisse analog zum Vorgehen in Organisationsentwicklungsprojekten
Wissenserwerb	<ul style="list-style-type: none"> Organisationsformen im Sport in Verbänden und Vereinen
Wissensvertiefung	<ul style="list-style-type: none"> Eigenstudium der sportspezifischen Literatur zu Personal und Organisation Gemeinsame Betrachtung von Praxisbeispielen und Fallstudien Eigenständige Bewertung der allgemeinen Theorien zum Personalmanagement und zur Organisationsentwicklung vor dem Hintergrund der Spezifika des Sports
Instrumentale Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> Anwendung von Theorien und Methoden der Organisationsgestaltung und der Organisationsentwicklung auf den Bereich des Sports
Systemische Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> Anwendung und Reflexion der Instrumente der systemischen Organisationsberatung Fähigkeit zur Auftragsklärung bei Beratungsprojekten

Vermittelte Schlüsselqualifikationen

Die Studierenden werden nach ihrem Abschluss als Sportmanagerinnen und Sportmanager in vielfältiger Weise mit Fragen des Personalmanagements- und der Organisationsgestaltung konfrontiert werden. Dafür sollen die Studierenden lernen, in unterschiedlichen Rollen und Rollenkonstellationen zu arbeiten. Durch das Modul werden die Studierenden in die Lage versetzt, sportspezifische Organisationsvorschläge zu bewerten und selbständig zu entwickeln sowie anschließende Organisationsentwicklungsprozesse projektbasiert auszugestalten. Bezogen auf das Personalmanagement können sie Instrumente der Personalentwicklung unter

Berücksichtigung der sportspezifischen Rahmenbedingungen in Vereinen und Verbänden bewerten und entwickeln.

Inhalte

- Organisationsformen in Sportvereinen und -verbänden sowie deren Vor- und Nachteile
- Gestaltung von Gremien (Beiräte etc.) im Sport
- Anwendung der Instrumente der Organisationsentwicklung im Sport
- Eignungsdiagnostik im Sport
- Performance Management und Vergütung im Sport
- Motivation Freiwilliger
- Karrieremodelle

Lehrformen

Gruppenarbeit mit Präsentationen

Rollenspiele

Fallstudienanalyse

Bearbeitung von Praxisprojekten auf Basis von Gastvorträgen

Teilnahmevoraussetzungen

Formale: Eingeschriebene(r) Studierende(r) am Fachbereich WiSo des RheinAhrCampus für den Master-Studiengang „Sportmanagement“.

Inhaltliche: B 02 Organisationsentwicklung/Personalwirtschaft

Prüfungsformen

Hausarbeit

Bewertung

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Prüfungsleistung für das Modul. Das Modul geht mit 6 ECTS in die Gesamtzahl von 120 ECTS-Punkten ein.

Literaturhinweise

- Emrich, E. (2005). Organisationstheoretische Besonderheiten des Sports. In C. Breuer & A. Thiel (Hrsg.), Handbuch Sportmanagement (S. 94 - 114). Schorndorf (Verlag Hofmann).
- Emrich, E. & Wadsack, R. (2005). Zur Evaluation der Olympiastützpunkte. Köln (Sport u. Buch Strauß).
- Fahrner, M. (2008). Sportverbände und Veränderungsdruck. Schorndorf (Hofmann).
- Fahrner, M. (2009). Strukturänderung von Sportverbänden Eine Analyse veränderungsbezogener Entscheidungs- und Steuerungsprozesse. Sport und Gesellschaft, 6(2), 122-147.
- Fahrner, M. & Klenk, C. (2018): Multilevel Policy Implementation: Exploring Organisational Coordination - The Case of the German Swimming Federation's National Training Framework Implementation. International Journal of Sport Policy and Politics. Published online.
- Flatau, J. & Fuchs, A. (2017). Organisationsökologie des Sportvereins. In: Thieme, L. (Hrsg.): Der Sportverein - Versuch einer Bilanz. Schorndorf (Hofmann), 133-150.
- Flatau, J., Pitsch, W. & Emrich, E. (2012). Zum Wandel von Sportvereinen und seine Ursachen - Befunde einer Mehrebenen-Untersuchung. Sport und Gesellschaft, 9 (1), 63 bis 92.
- Heinemann, K. (2004). Sportorganisationen. Schorndorf: Hofmann.
- Horch, H. & Schütte, N. (2002). Ursachen des Wandels kommunaler Sportverwaltungen. In Horch, H. (Hrsg.), Finanzierung des Sports (S. 244 bis 253). Aachen: Meyer und Meyer.

- Meier, H. & Thiel, A. (2017). Der Sportverein aus systemtheoretischer Perspektive. In: Thieme, L. (Hrsg.): Der Sportverein - Versuch einer Bilanz. Schorndorf (Hofmann), 151-169.
- Meifert, M. T. (Hrsg.). Strategische Personalentwicklung. 3. Aufl. 2013 Wiesbaden (SpringerGabler).
- Nagel, S.; Schlesinger, T. (2012). Personalmanagement im Sport. In: Nufer, G.; Bühler, A. (Hrsg.): Management und Marketing im Sport. Berlin (Erich Schmidt Verlag): 224-257.
- Tiell, B. (2018): Human Resources in Sports. A Managerial Approach. Burlington (Jones&Bartlett).
- Trosien, G.; Dinkel, M. (Hrsg.): Personalentwicklung im Sportmanagement. Ausbildung, Beschäftigung, Vertretung, 2004 Butzbach-Griedel (Afra Verlag).
- Wolfe, R., Wright, P. M.; Smart, D. L. (2006). Radical HRM innovation and competitive advantage: The Moneyball Story. Human Resource Management, 45(1): 111-145.

Modul S A 06-a Sporttourismus, Events und Nachhaltigkeit

Übersicht

Nr.	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
S A 06-a	180 Std.	6	4. Semester	jedes Sommer- oder Wintersemester	1 Semester

Modulbeauftragte(r)	Lehrende im Modul
Prof. Dr. Raphael Breidenbach	Prof. Dr. Raphael Breidenbach Sebastian Schneider, MBA

Art des Moduls	Veranstaltungsform(en)	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	Lehrsprache
Wahlpflicht	Seminar, Übungen	64 Std.	116 Std.	ca. 15-20 Stud.	Deutsch

Verwendung des Moduls

Master-Studiengang Sportmanagement (Vertiefungsmodul)

Lernergebnisse und Kompetenzen

Die Studierenden erhalten einen vertieften Einblick in die Besonderheiten des Sporttourismus. Sie sollen die darin liegenden Marktchancen erkennen und die Entwicklung markt- und kundenorientierter Angebote vorantreiben können. Dabei erwerben die Studierenden zeitaktuelles Management-Know-how zur Führung bzw. Gestaltung von Betrieben und Geschäftsfeldern in den verschiedenen Bereichen des Sporttourismus und können dieses handlungspraktisch umsetzen.

Nicht nur weil sporttouristische Veranstaltungen stets auch Eventcharakter haben, ist Eventmanagement in das Modul integriert. Veranstalter und Vereine generieren wesentliche finanzielle Beiträge durch Events, die zugleich eine gute Chance zur Präsentation gegenüber der Öffentlichkeit bieten. eSports bilden als wachsendes Marktsegment weitere Zukunftschancen.

Zugleich sollen sich die Studierenden mit aktuellen Fragestellungen im Handlungsfeld Sport/Tourismus/Eventmanagement in Bezug auf ihre Umweltinanspruchnahme auseinandersetzen. Schließlich werden im Gefolge der Veranstaltungen und während des Betriebs von Sportanlagen oftmals in nicht unerheblicher Weise natürliche Ressourcen bzw. Flächen in Anspruch genommen. Der Erhalt von gesellschaftlicher Akzeptanz (vgl. auch Sportförderung, Genehmigungen durch Behörden), aber auch der eigene Anspruch, den Nachhaltigkeitsgedanken im eigenen Handeln umzusetzen, lassen nicht unerhebliche Herausforderungen für den Sport-/Tourismus entstehen. Insofern werden in dem Modul tragfähige Positionen und Handlungskompetenz in Bezug auf ein umweltverträgliches Sport-(touristisches)Management entwickelt.

Kompetenzerwerb

Lernzielstufe	Kursbeitrag
Sozial- und Kommunikationskompetenz	<ul style="list-style-type: none"> Gruppenarbeit und -diskussionen Präsentation von Ergebnissen Fähigkeit zur Stakeholder-Diskussion und Interessensausgleich
Wissenserwerb	<ul style="list-style-type: none"> Kenntnis der grundlegenden wissenschaftlichen Erkenntnisse und Modelle Einblick in die Grundlagen der Tourismuswirtschaft, die Tourismusformen und in das touristische System Wissen um erfolgversprechende Vorgehensweisen im Eventmanagement und in der Eventplanung Wissen um die Dimensionen von Nachhaltigkeit Anwendungsbezogene Kenntnisse im Bereich Umweltschutz im Sportverein/Sportanlagen

Wissensvertiefung	<ul style="list-style-type: none"> • Im Rahmen des Selbststudiums anhand von Fachliteratur • Vertiefung des Wissens durch Bearbeitung ausgewählter Fallstudien
Instrumentale Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> • Fähigkeit zur Angebotsanalyse bzw. -entwicklung, auch mit Blick auf die Nachhaltigkeitsfrage • Fähigkeit zur Eventplanung und Medienkommunikation • Anwendung von Konzepten und Modellen
Systemische Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung von Kompetenz zur Integration von Nachhaltigkeitsfragen in das System Betrieb/den Sportverein • Gesellschaftliche Relevanz von Nachhaltigkeit und Umweltschutz in Sport-Touristischen Handlungsfeldern sichtbar werden lassen/Stakeholderintegration • Fähigkeit zur Bestimmung der „Passung“ von sportbezogenen Angeboten in die Angebotslandschaft und den Naturhaushalt einer Region (ökonomischer Aspekt, soziale- und Umweltauswirkungen) • Integration von sporttouristischen, umweltbezogenen und eventbezogenen Aspekten innerhalb der Angebotsgestaltung • Kompetenz zur Entwicklung von Handlungsempfehlungen für das Management
<p>Vermittelte Schlüsselqualifikationen</p> <p>Sach- und Methodenkompetenz, analytisches Denkvermögen, wirtschaftliches Denken und Handeln, Fähigkeit zur Komplexitätsreduktion und zur Entwicklung von Ursache-Wirkungs-Beziehungen, Erarbeitung von Handlungsalternativen und deren Evaluation in Problemsituationen, Fähigkeit zum Theorie-Praxis-Transfer, Entwicklung von Führungs- und Diskussionskompetenz.</p>	
<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sporttourismus: Strukturen, Trends und Nachfrageentwicklungen - Bezugspunkte, Strategie und Planung in sporttouristischen Betrieben - Marktsegmente und Zielgruppendefinition - Entwicklung und Festlegung von Marketingstrategien im Sporttourismus - Die sporttouristische Destination - Marketing-Mix im Sporttourismus: Instrumente Angebotsentwicklung und Möglichkeiten einer Individualisierung sporttouristischer Leistungen - Beispielhafte Marketingkonzepte, Angebote im Bereich Gesundheitssport, Bewegungsförderung, Wellness - Grundlagen des Eventmanagements und der Eventplanung - Erlebnisdimensionen, Erlebnisprofile, Marketingevents - Medienwirkungen, Eventwirkungen - Trends in Freizeit und Sport-Events – Relevanz für die Angebotsentwicklung; eSports - ökologische Aspekte und Konfliktfelder, zentrale umweltrechtliche Fragestellungen - Flächennutzung und Infrastrukturplanung – planerische Vorgaben - Umweltpolitik und Vorsorgeorientierung im Sport; Integration umweltbezogener Aspekte in die Praxis des Sports; Ressourceneffizienz und Erschließung von Kostensenkungspotentialen - Umweltaspekte des Veranstaltungs- und Sportstättenmanagements, Umweltschutz bei sportlichen Großveranstaltungen, Umweltengagement der Sportartikelindustrie - Entwicklungen bei internationalen Sportorganisationen und Verbänden die Nachhaltigkeitsfrage betreffend/Vorgaben und Standards - Praxisstudien 	
<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristischer Unterricht, Übungen, Fallstudien und Gruppenarbeit, Präsentationen.</p>	
<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formale: Eingeschriebene(r) Studierende(r) am Fachbereich WiSo des RheinAhrCampus für den Master-Studiengang „Sportmanagement“.</p> <p>Inhaltliche: Erfolgreicher Besuch der Module B 05 (Marketing, 1. Semester), S A 01 (Die Sportbranche: Strukturen und Finanzierung, 2. Semester), S A 03 (Die Sportbranche: Marketing,</p>	

Sponsoring und Marketingrechte, 3. Semester) und B 07 (Überfachliche Qualifikationen, 2. Semester)

Prüfungsformen

Mündliche Prüfung

Bewertung

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Prüfungsleistung für das Modul. Das Modul geht mit 6 ECTS in die Gesamtzahl von 120 ECTS-Punkten ein.

Literaturhinweise

Dams, C.M./Luppold, S.: Hybride Events: Zukunft und Herausforderung für Live-Kommunikation, Wiesbaden 2016.

Dreyer, A: Sporttourismus, Wiesbaden 2002.

Dreyer, A.: Wandertourismus: Kundengruppen, Destinationsmarketing, Gesundheitsaspekte, München 2010.

Eisenmann,U./Winnen, L.: Praxisorientiertes Eventmanagement: Events erfolgreich planen, umsetzen und bewerten, Wiesbaden 2014.

Fischer, A.A.: Sustainable Tourism, Konstanz 2014.

Freyer, W.: Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, 11. Auflage, Berlin 2015.

Freyer, W.: Tourismus-Marketing: Marktorientiertes Management im Mikro- und Makrobereich der Tourismuswirtschaft, 7. Auflage, München 2011.

Groß, M.-S.: Gesundheitstourismus, Konstanz-München 2017.

Heise, P: Sport- und Gesundheitstourismus 2030: Wie die „Generation plus“ den Markt verändert, Wiesbaden 2018.

Herrmann, H.-P./Wetzel, P.: Fernweh und Reiselust – Streifzüge durch die Tourismuspsychologie, Wiesbaden 2018.

Jäger D.: Grundwissen Eventmanagement, Konstanz-München 2015.

Knoll, T.: Veranstaltungen 4.0: Konferenzen, Messen und Events im digitalen Wandel, Wiesbaden 2017.

Knoll, T.: Neue Konzepte für einprägsame Events: Partizipation statt Langeweile - vom Teilnehmer zum Akteur, Wiesbaden 2015.

Lotter, C.: Nachhaltige Entwicklung im Tourismus: Strategieansätze und Handlungsoptionen für die effiziente Entwicklung einer touristischen Destination, Hamburg 2010.

Nufer, G.: Event-Marketing und -Management: Grundlagen – Planung – Wirkungen – Weiterentwicklungen, Wiesbaden 2011.

Nufer, G.: Event-Marketing in Sport und Kultur: Konzepte – Fallbeispiele – Trends, Berlin 2015.

Pechlaner, H./Tretter, M.: Keine Strategie ohne Verantwortung: Perspektiven für eine nachhaltige Standort- und Regionalentwicklung, Wiesbaden 2018.

Pfennig, R./Müller-Schoppen, E.: Nachhaltigkeitsmanagement für Führungskräfte, Wiesbaden 2018.

Pettmann, P.: eSport: Games, Stars, Events, Bielefeld 2019

Ratajczak, O./ Jockwer, A. (Hrsg.): Kundenorientierung und Kundenservice in der Touristik Reisende an allen Touchpoints begeistern und Urlaub zum ganzheitlichen Erlebnis machen, Wiesbaden 2016.

Roth, R.: Wirtschaftsfaktor Sporttourismus: Ressourcenmanagement, Produkt- und Destinationsentwicklung, Berlin 2017.

Schwark, Jürgen: Handbuch Sporttourismus, Konstanz-München 2016.

Stradas, W./Rein, H.: Nachhaltiger Tourismus, Konstanz-München 2017.

Thinius, J.: Events – Erlebnismarketing für alle Sinne: Mit neuronaler Markenkommunikation Lebensstile inszenieren, Wiesbaden 2016.

Zanger, C.: Ein Überblick zu Events im Zeitalter von Social Media, Wiesbaden 2015.

Zanger, C.: Events und Erlebnis: Stand und Perspektiven der Eventforschung, Wiesbaden 2017.

Schriften und Verlautbarungen des Deutschen Olympischen Sportbundes (DOSB), der Ministerien der Länder und des Bundes

Modul S A 06-b Sportentwicklung

Übersicht

Nr.	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
S A 06-b	180 Std.	6 CP	4. Semester	jedes Sommer- oder Wintersemester	1 Semester

Modulbeauftragte(r)	Lehrende im Modul
Prof. Dr. Lutz Thieme	Sebastian Schneider, MBA Prof. Dr. Lutz Thieme

Art des Moduls	Veranstaltungsform(en)	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	Lehrsprache
Wahlpflicht	Seminare, Übungen	64 Std.	116 Std.	ca. 15-20 Stud.	Deutsch

Verwendung des Moduls

Master-Studiengang Sportmanagement (Vertiefungsmodul)

Lernergebnisse und Kompetenzen

Die Studierende vertiefen ihre Kenntnisse über Sportentwicklungsprozesse sowie deren sozialen, ökonomischen und kulturellen Grundlagen. Sie vollziehen Prozesse der Entwicklung und Ausdifferenzierung von Sportarten und Wettkampfsystemen nach, erklären diese retrospektiv mit Hilfe ökonomischer, soziologischer, psychologischer und politikwissenschaftlicher Erklärungsansätze. Die Studierende erkennen technologischen Entwicklungen bei der Sportausübung, den Sportartikeln und der Präsentation von Sport, können diese einordnen und erklären und erlangen Kompetenzen hinsichtlich der Steuerung von Sportentwicklungsprozessen in urbanen und ländlichen Räumen.

Kompetenzerwerb

Lernzielstufe	Kursbeitrag
Sozial- und Kommunikationskompetenz	<ul style="list-style-type: none"> Gruppenarbeit und -diskussionen Präsentation von Ergebnissen Argumentieren mit theoretischem Bezug Texterschließung Gemeinsame Bearbeitung von Fallstudien
Wissenserwerb	<ul style="list-style-type: none"> Kenntnisse der Einflussfaktoren von Sportentwicklungsprozessen sowie deren theoretische Erklärungen Kenntnis der wichtigsten Grundbegriffe und Theorien der Sportentwicklung und der Sportentwicklungsplanung
Wissensvertiefung	<ul style="list-style-type: none"> Prognosen der Sportentwicklung Ableitung von Wirkungen auf Individuen, Organisationen und Gesellschaften Steuerungslimitationen bei Sportentwicklungsprozessen Methoden von Sportentwicklungsplanungen
Instrumentale Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> Anwendung wissenschaftlicher Methoden und Verfahren auf die Steuerung von Sportentwicklungen Nutzung der erlernten Werkzeuge und Methoden zur Prognose von komplexen Entwicklungen Sportentwicklungsplanungen aufsetzen und umsetzen
Systemische Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> Strukturierung komplexer Probleme Ableitung von Heuristiken Erstellung von Prognosen Plausibilisierung von Prognosen Rekonstruktion von Ursache-Wirkungs-Annahmen

Vermittelte Schlüsselqualifikationen

Präsentationsfähigkeit, Diskussionsfähigkeit, Problemstrukturierung, Erschließung wissenschaftlicher Literatur, Rezeption wissenschaftlicher Texte, Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten, Prognosefähigkeit

Inhalte

Im Modul beschäftigen sich die Studierenden mit der Entwicklung und Ausdifferenzierung von Sportarten und Wettkampfsystemen, mit technologischen Entwicklungen bei der Sportausübung, den Sportartikeln und der Präsentation von Sport sowie mit der Steuerbarkeit der Sportentwicklung in urbanen und ländlichen Räumen.

Lehrformen

Fragend-entwickelnder Unterricht in seminaristischer Form, Gruppenarbeiten mit Präsentationen, Arbeit mit wissenschaftlichen Texten, Modellbildung, empirische Modellprüfung.

Teilnahmevoraussetzungen

Formale: Eingeschriebene(r) Studierende(r) am Fachbereich WiSo des RheinAhrCampus für den Master-Studiengang „Sportmanagement“.

Inhaltliche: keine

Prüfungsformen

Mündliche Prüfung

Bewertung

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Prüfungsleistung für das Modul. Das Modul geht mit 6 ECTS in die Gesamtzahl von 120 ECTS-Punkten ein.

Literaturhinweise

- Balz, E. & Kuhlmann, D. (Hrsg.) (2009). Sportentwicklung. Grundlagen und Facetten. Aachen: Meyer & Meyer.
- Breuer, C. (2005). Steuerbarkeit von Sportregionen. Schorndorf: Hofmann.
- Breuer, C. (2017). Sportentwicklungsbericht 2015/2016. Analyse zur Situation der Sportvereine in Deutschland. Hellenthal: Strauß.
- Breuer, C. (2015). Sportentwicklungsbericht 2013/2014. Köln: Sportverlag Strauß.
- Digel, H. (2013). Sportentwicklung in der Moderne. Schorndorf: Hofmann.
- Hübner, H. (1999). Kommunale Sportentwicklung und Sportförderung in Deutschland. In D.H. Jütting (Hrsg.), Sportvereine in Europa zwischen Staat und Markt (S. 174 bis 187). Münster: Waxmann.
- Maguire, J. (2004). Globalisation and the Making of Modern Sport. Sportwissenschaft, (1), 7 bis 20
- Rittner, V. (2003). Der Einfluss gesellschaftlicher Trends auf den Sport. In Deutscher Sportbund (Hrsg.), Sport gestaltet Zukunft (S. 48 bis 54). Frankfurt/Main: Eigenverlag.
- Rütten, A., Nagel, S. & Kähler, R. (Hrsg.) (2014). Handbuch Sportentwicklungsplanung. Schorndorf: Hofmann.
- Thieme, L. (2014). Elemente einer Sportentwicklungsplanung als Politikberatung: Zwei Fallbeispiele und deren methodologische Struktur. In H. Wäsche & T. Schmidt-Weichmann (Hrsg.), Stadt, Land, Sport: Urbane und touristische Sporträume (S. 45-55). Hamburg: Czwalina.

Modul TH Master-Thesis

Übersicht

Nr.	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
TH	540 Std.	18 CP	4. Semester	jedes Semester	13 Wochen

Modulbeauftragte(r)	Lehrende im Modul
Prof. Dr. Joachim Birzele	Alle Dozentinnen und Dozenten

Art des Moduls	Veranstaltungsform(en)	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	Lehrsprache
Pflicht					

Verwendung des Moduls

Master-Studiengang Betriebswirtschaftslehre (Basismodul)

Master-Studiengang Economic and Social Research (Basismodul)

Master-Studiengang Management, Leadership, Innovation (Basismodul)

Master-Studiengang Sportmanagement (Basismodul)

Lernergebnisse und Kompetenzen

Die Studierenden sollen im Rahmen der Master-Thesis eine fundierte Position zu den verwendeten wissenschaftlichen Theorien entwickeln und begründen. Dies geht deutlich über das Anforderungsniveau einer Final-Thesis des Bachelors hinaus. Durch die umfassende Anwendung wissenschaftlicher Methoden und Theorien zur Lösung einer spezifischen Problemstellung in der Master-Thesis wird die Promotionsfähigkeit des Studierenden nachhaltig belegt.

Vermittelte Schlüsselqualifikationen

analytisches Denkvermögen, wirtschaftliches Denken und Handeln, Fähigkeit zur Komplexitätsreduktion, Entwicklung von Ursache-Wirkungs-Beziehungen, Erarbeitung von Handlungsalternativen und deren Evaluation in Problemsituationen, Fähigkeit zum Theorie-Praxis-Transfer, Problemlösung und Entscheidungsfindung

Inhalte

Werden von den jeweiligen Gutachterinnen/Gutachtern festgelegt.

Lehrformen

Die/der jeweilige Professorin/Professor begleitet die/den jeweilige/n Studierende/n als akademische/r Mentorin/ Mentor bei der Entstehung der Thesis.

Teilnahmevoraussetzungen

Formale: Eingeschriebene(r) Studierende(r) am Fachbereich WiSo des RheinAhrCampus für einen Master-Studiengang. Zur Abschlussarbeit kann nur zugelassen werden, wer insgesamt mindestens 40 Credit-Points erbracht hat.

Inhaltliche: Keine

Prüfungsformen

Die Abschlussarbeit besteht aus einer schriftlichen Arbeit (Bearbeitungszeit 13 Wochen). Es handelt sich dabei um eine Prüfungsleistung.

Die detaillierten Regelungen zur Abschlussarbeit finden sich auf der Seite des Prüfungsamts.

Bewertung

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Prüfungsleistung für das Modul. Das Modul geht mit 18 ECTS in die Gesamtzahl von 120 ECTS-Punkten ein. Die Note der Abschlussarbeit wird doppelt gewichtet.

Literaturhinweise

Wird von den Lehrenden ausgegeben.